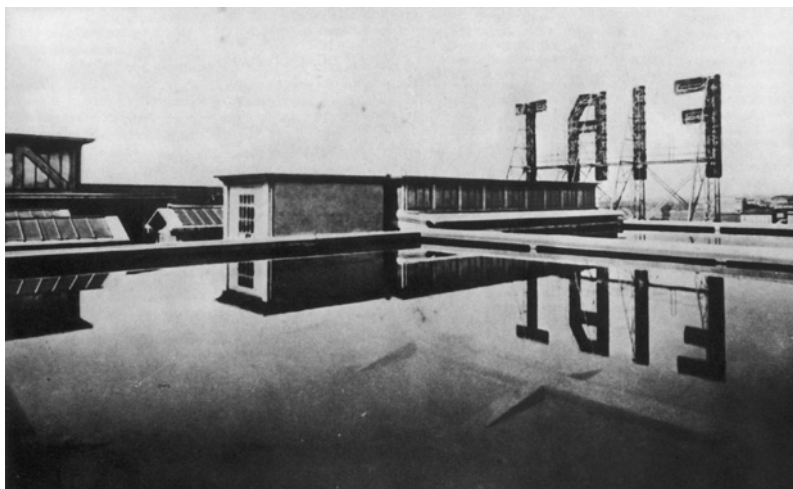


## AUTO-ITALIA: Iz razvoja torinske automobilske industrije 1920-ih godina\*

Autor prikazuje razvoj talijanske automobilske industrije u prvim desetljećima 20. stoljeća koji je bio paralelan i uvjetovan napredcima u tehnologiji, modernizacijom gospodarstva i političkom situacijom. Uočava pritom i dvoznačnu ulogu Prvog svjetskog rata u industriji. U središtu razmatranja je poduzetnička povijest torinskog Fiata i odrazi industrijskih strategija na radnike, gradsku i državnu upravu te opremu i arhitekturu tvornica.

### *Metodološka i historiografska razmatranja*



*slika 1. Industrijsko postrojenje Fiat*

Počeci jednog vrlo netipičnog historiografskog pristupa koji proučava povijest poslovanja u širem smislu, izrazito su specifični, promatrajući ih u kontekstu

\* Zahvaljujem svima koji su pomogli u nastajanju ovog članka, posebice prof. dr. sc. Francu Amatoriju na ustupljenom materijalu vezanom uz poduzetničku povijest Lancie i Italije te savjetima, doc. dr. sc. Zrinki Blažević na savjetima uz literaturu na temu rekonfiguracije industrijskog prostora u kapitalizmu, dr. sc. Vanniju D'Alessiju na korisnim stručnim savjetima i korekcijama, te Maroju Mrduljašu na preporukama za literaturu na temu arhitekture tvornice Lingotto.

pojedinih nacionalnih historiografija. Iako se bez daljnijega može zaključiti da je „prava“ povijest poslovanja ili poduzetnička povijest<sup>1</sup> utemeljena u Sjedinjenim Državama pod N.S.B. Grasom ili Alfredom D. Chandlerom, u nekim je europskim zemljama teško odrediti početke te poddiscipline. Oni se vjerojatno mogu vidjeti u brojnim zbirka i knjigama koje su tiskane i pisane od osoba ovlaštenih da u ime pojedine tvrtke prikupe materijale, a obično su komemorativnog tipa. Prema strogoj metodološkoj distinkciji one nikako ne mogu biti smatrane djelima poduzetničke povijesti, no ipak donose brojne korisne podatke. Danas, za razliku od početnih istraživanja, ne prevladavaju više poduzetničke povijesti „po narudžbi.“ Djela poput zbornika *I cinquant'anni della Fiat, 1899-1949* kojeg je samo poduzeće Fiat naručilo i objavilo 1950., a na kojemu surađuju ugledni pisci, povjesničari i političari, daju sjajan uvid kako se poduzetnička povijest shvaćala i pisala prije i u kojoj je mjeri ona spontano nastajala kao potreba kapitalističkog sustava, čak neovisno o historiografskim „očevima“ u Sjedinjenim Državama. Oni se ipak uvelike razlikuju od sličnih publikacija objavljenih u Velikoj Britaniji. Osnovu zbirke čini tzv. *cronistoria* kakvu piše Carlo Biscaretti di Ruffia, sin grofa Roberta koji spada među pokretače Fiata. S druge strane, profesionalna historiografija bavi se uglavnom temama radništva i sindikata te ih povezuje s općom industrijalizacijom države. Međutim, bogata marksistička tradicija talijanske historiografije već do 1970-ih ostavlja brojne radove koji su, iako možda i nisu inspirirani marksizmom, obrađivali pitanja na koja su upozoravali Gramsci i dr. U fokusu se tu našla problematika odnosa uprave i radništva. Te se teme također reflektiraju i na uvijek popularne biografije poznatih industrijalaca i poduzetnika, od kojih do danas dominira povijest obitelji Agnelli. Baš je Valerio Castronovo u svojoj biografiji Giovannija Agnellija iz 1971. pokušao ocrtati rane početke Fiata, odnose obitelji (*famiglia*) i njenih podređenih inženjera i radnika, te tako ustvari napisao ranu povijest tvrtke Fiat. Posebno je značajno njegovo razmatranje perioda nakon Prvog svjetskog rata pa do dolaska Mussolinija na vlast, jer dobro prikazuje odnose između kojih je balansirala velika korporacija toga vremena. Svojevrsni nastavak tog djela, iako ne tolike historiografske vrijednosti, predstavlja biografija Vittorija Vallette, Agnellijeva nasljednika u upravi Fiata, koju je napisao Piero Bairati. Noviji primjeri takvog tipa u kojemu se često populariziraju razne epizode su knjige *Gli Agnelli: una dinastia, un impero: 1899-1998* Giancarla Gallija i *Casa Agnelli* Marca Ferrantea, koje objavljuje milanska izdavačka kuća Mondadori.

Krajem 1970-ih godina Duccio Bigazzi vlastitim naporima pokušava spojiti nove pristupe. Njegovo poznavanje arhiva Alfe Romeo i Fiata, studiozna istraživanja, spretno korištenje metoda oralne historije i interes prema specifičnom spoju socijalne historije i engleske *labour history*<sup>2</sup> ostavili su duboki trag u talijanskoj

<sup>1</sup> U ovom radu koristim iz praktičnih razloga sintaksu „poduzetnička povijest“ makar je i pojam „povijest poslovanja,“ iako rjeđi u našoj historiografiji, u potpunosti prihvatljiv.

<sup>2</sup> Treba posebno napomenuti Bigazzijevu knjigu *Il Portello*, koju se može smatrati ishodišnom točkom talijanske poduzetničke povijesti.

historiografiji. Čini se da su upravo i utjecaji Edwarda P. Thompsona i Erica Hobsbawma na Bigazzija bili ključni u ostvarenju poduzetničke povijesti koja je usporediva s djelima i razmišljanjima Louisa Galambosa.<sup>3</sup>

Ti se tradicionalniji narativni pristupi miješaju i sa sve češćim pokušajima sustavnog obrađivanja ekonomske povijesti Italije, koji koincidiraju s velikom popularnosti časopisa *Annales* u Francuskoj. Još su Bloch i Febvre u prvim izdanjima *Anala* predstavili poduzetničku povijest upravo preko N. S. B. Grasa. Odrasil se to nedvojbeno na talijansku historiografiju. Sve češće analize i sinteze gospodarske povijesti Italije 19. i 20. stoljeća (npr. one G. Federica ili G. Sapellija) otvaraju izuzetnu priliku da se uže analize povijesti poslovanja nadovezuju, a pojavljuje se i sve više radova koji povijest određenih poduzeća povezuju s vrlo burnom i kompleksnom povijesti banaka (A. Confalonieri). Međutim, kako je to slučaj u brojnim nacionalnim historiografijama (pa tako i u hrvatskoj), do 1980-ih teško je karakterizirati bilo koje djelo baš kao klasičnu poduzetničku povijest. Ona se pojavljuje u novijoj generaciji povjesničara kao što su G. Berta (r. 1952) ili F. Amatori (r. 1948), koji su se „pronašli“ s iskusnim stručnjakom Bigazzijem i pokrenuli unutar ASSI fondacije časopis *Annali di Storia dell'Impresa*. Nakon toga pokrenuto je još nekoliko publikacija, prevedeno nekoliko kapitalnih djela poduzetničke povijesti te naposljetku uspostavljena bolja komunikacija sa stručnjacima - suradnicima izvan Italije. Potrebno je istaknuti i važnu zbirku Stefana Mussa *Tra fabbrica e società: mondi operai nell'Italia del Novecento* u kojoj je okupio više generacija stručnjaka za radničku i socijalnu povijest talijanskih tvornica i u nekoliko vrlo modernih i inovativnih članaka dokazao dubinu tih tema. Svakako, na ruku mlađim istraživačima te teme ide i sve veća dostupnost dokumentima koji prije 1970-ih i 1980-ih nisu bili dostupni, a daju velik broj novih podataka ili otkrivaju pojedine nepoznanice. Otvara se i mogućnost komparacije industrijskog razvoja bliskih zemalja kao što su primjerice Italija i Francuska, iako fenomen dominacije obitelji u talijanskom poduzetništvu nikada nije ozbiljno kompariran s ostalim primjerima. Čak i odlični poznavatelji poduzetništva Francuske i Italije, David S. Landes, koji je o tome pisao već u kasnim 1940-im godinama, nikada nije uspio komparativnu historiju iskoristi u te svrhe. Mlađi povjesničari poput A. Collija (r. 1966) pokazuju više interesa za taj problem pa se i na tom području mogu očekivati daljnji rezultati.

Važno je još napomenuti da se transformacije talijanske historiografije u 1970-ima podudaraju s vrlo plodnim razvojem teorije arhitekture na koju utječe marksistička historiografija. Te teorije, kao i povjesničarima bliža (i pristupačnija) intelektualna povijest rijetko se i danas uvrštavaju u istu jednadžbu s poduzetničkom poviješću neke veće korporacije. Pogotovo se interesantnom čini rana faza razvoja industrije u Italiji, gdje se nedostatak iskaza radnika koji su ključan

<sup>3</sup> Vidi: TONINELLI 2001, 40.

materijal kod istraživanja kasnijih faza može pokušati zamijeniti mišljenjima i stavovima koje pišu vodeći intelektualci toga vremena. Pojavom fordizma ili općenito upravnih metoda u strukturama tadašnjih industrijskih poduzeća nije se svodilo samo na gospodarske ili političke analize tog vremena, već i na kritiku intelektualnih slojeva društva.<sup>4</sup> Pogotovo interesantni su stavovi ondašnjih arhitekata i umjetnika, koji su težili univerzalizmu u analizi društva.

### *Počeci talijanske automobilske industrije*

Italija je jedna od deset najmoćnijih industrijskih sila, a njeni građani među najbogatijim su na svijetu s obzirom na dohodak *per capita*.<sup>5</sup> Talijanska automobilska industrija i danas uvelike doprinosi razvoju gospodarstva zemlje. Prema podacima iz 2006. Godine, gotovo 196.000 radnih mjesta otpada na proizvodnju automobila i automobilskih dijelova.<sup>6</sup> Iako su od 2000. postojale brojne kraće krize, koje su rezultirale padom prodaje, odnosno proizvodnje, posljednjih su se godina ti gubici kompenzirali pojačanim izvozom i ulaganjem u internacionalno tržište. Potpunu dominaciju na talijanskom tržištu u tom sektoru ostvarila je grupacija Fiat (*Gruppo Fiat*) koja danas pod svojom upravom posjeduje dionice tradicionalnih i poznatih talijanskih proizvođača, Lancie, Iveca, Maseratija, Ferrarija i Alfa Romeo. Međutim, Ferrari i Alfa Romeo povezani su s Fiatom od samih početaka.

Istražujući tu vezu, potrebno je vratiti se na početak 20. stoljeća, za koji su gore navedeni gospodarski podaci bili još uglavnom nezamislivi. Nezamislivo je također bilo i postojanje multikorporacijske grupe kao što je danas *Gruppo Fiat*. Italija, kao prva zemlja europskog juga koja je dosegla stabilni stadij industrijalizacije na prijelazu u novo stoljeće, bila je na početku industrijskog uzleta.<sup>7</sup> Nacionalni dohodak 1899-1907. porastao je za 38%, a u sljedećih sedam godina za još 20%.<sup>8</sup> Među novim industrijskim granama afirmirala se automobilska industrija, koja brzo raste: prva kuća koja je u Italiji krenula s proizvodnjom automobila (1896. godine) zvala se Miari-Giusti iz Padove. Nakon nje otvorene su tvornice u Milanu, Torinu, Modeni, Piacenzi, Parmi i Carmagnoli.

<sup>4</sup> I ovom radu cilj je uspostaviti i ispitati mogućnosti takve veze. Iako je literatura o poznatim talijanskim automobilskim markama brojna, pogotovo kada je riječ o povijesti Fiata, potrebno je istaknuti kako mi za ovaj rad nije bila uvijek dostupna, pa su neka djela slabije pokrivena ili izostavljena.

<sup>5</sup> COHEN, Federico 2001, 1-3.

<sup>6</sup> Mnogi izvori govore i o većim brojkama, no često se radi o zbrajanju dodatnog osoblja koje nije direktno uključeno u autoindustriju. Vidi: [www.oica.net/wp-content/uploads/2007/06/oica-depliant-final.pdf](http://www.oica.net/wp-content/uploads/2007/06/oica-depliant-final.pdf) (16. 2. 2009).

<sup>7</sup> AMATORI 1997b, 246.

<sup>8</sup> Istituto Centrale di Statistica (ISTAT), *Sommario di statistiche storiche italiane 1861-1955* (Rim 1958), 212.

Tako 1904. u Italiji postoji službeno sedam proizvođača automobila, dok samo tri godine kasnije broj raste na njih sedamdeset.<sup>9</sup> Nova grana industrije, kakva je bila proizvodnja automobila, nije bila nova samo u Italiji, već i na europskom tržištu. Tako Italija po svojoj početnoj poziciji nije mnogo zaostajala za Francuskom, Njemačkom ili čak Velikom Britanijom. Svi potrebni elementi našli su se vrlo brzo: inovativni i učeni inženjeri, spretni i bogati poduzetnici te radna snaga.<sup>10</sup> Uz samu automobilsku industriju i kompanije koje su proizvodile automobile, procvali su i manji proizvođači i trgovci gumama, motornim dijelovima, samostalne radionice. Nastaju prvi dizajnerski timovi u Italiji, kao što su Alessio, Farina i Ghia, koji postaju sve popularniji.<sup>11</sup>

Prvi svjetski rat imao je dvoznačnu ulogu u razvoju talijanske automobilske industrije. S jedne strane rat je bio poticaj za proizvodnju i vrsta prisile kojom su dosegnuti dotad nedostižni rezultati. Mnogi torinski biznismeni, isprva neutralni ili neodlučni oko ulaska Italije u rat na strani Antante, priklonili su se zapadnim silama uvidjevši mogućnost za veće kredite i zalihe.<sup>12</sup> Ipak, s druge strane, bila je to i zamka za manje proizvođače koji su se u „neprirodnim“ tržišnim uvjetima odmakli od izvornog cilja proizvodnje (dakle produkta, odnosno automobila).<sup>13</sup> Kad je rat završio, umjetni rast tih poduzeća postao je opterećenje, a pravih razvojnih strategija nije bilo. Bilo kako bilo, nakon 1918. godine auto-industrija već zauzima visoko mjesto u cjelokupnom gospodarstvu. U razdoblju od 1914. do 1918. proizvodnja ili, preciznije, cirkulacija vozila porasla je s 22.500 na oko 80.000 (od čega oko dvije trećine proizvodi Fiat), a broj aktivnih poduzeća u tom sektoru je udvostručen.<sup>14</sup>

Automobilska industrija u poslijeratnoj Italiji bila je uvjetovana: **(1)** politikom koju je provodila vlast i međunarodnim (političkim) odnosima u kojima se već u to doba tražio primjerice stav prema američkoj automobilskoj industriji.<sup>15</sup> Država je, pogotovo nakon dolaska fašista na vlast, imala izuzetan utjecaj na tržište, o čemu može svjedočiti primjer iz 1930. godine kada je zabranjena prodaja Fordovih automobila u Italiji nakon što su Amerikanci nekoliko mjeseci prije otkupili ze-

<sup>9</sup> PROCCACI 1996, 268. Važno je spomenuti još krizu 1907-1911. u kojoj je po prvi put zabilježen masovni pad proizvodnje, odnosno pad broja aktivnih poduzeća u tom sektoru.

<sup>10</sup> CLARK 2008, 151.

<sup>11</sup> CLARK 2008, 151.

<sup>12</sup> CASTRONOVO 1976, 335-338.

<sup>13</sup> AMATORI 2004, 228.

<sup>14</sup> CANESTRINI 1968, 22-25 i AMATORI, 1997, 112.

<sup>15</sup> Primjer iz Prvog svjetskog rata su američke regulacije i restrikcije koje su ograničile proizvodnju Fiata od 1917. godine. Također, od talijanskog prelaska na stranu sila Antante, Fiatove su tvornice sve više korištene za proizvodnju zrakoplova, kamiona, brodskih motora i pojedinačnih dijelova. Pogotovo je bila važna proizvodnja kamiona; samo 1918. godine proizvedeno je 16.542 jedinica. O tome vidi: DESSI 1961.

mlju u Livornu. Istu sudbinu doživjeli su Citroën i General Motors 1925. odnosno 1930. godine. Uskoro su uvedene izuzetno nepovoljne tarife od 122% do 212% na uvozne automobile, što je otjeralo strane podružnice iz zemlje.<sup>16</sup> Također, visoke tarife na uvoz motornog ulja i plina koje je talijanska vlast početkom 20. stoljeća nametala, izravno su utjecale na brzinu razvoja auto-industrije. (2) Situacijom u gospodarstvu koja nije niti do svjetske krize 1929.<sup>17</sup> bila sasvim stabilna. Mjere koje su držale liru stabilnom te ograničeni izvoz naštetile su talijanskim bankama, najvećim financijerima i uzdržavateljima automobilske industrije. Tek osnivanjem IMI-a (**I**stituto **M**obiliare **I**taliano) ili kasnije IRI-a (**I**stituto per la **R**iconstruzione **I**taliana), kojemu je glavni zadatak bio spašavanje velikog industrijskog poduzeća Terni, uspjeh će odmrznuti kapital sadržan u blokiranim zajmovima.<sup>18</sup> Kasnije će država, odnosno IRI, predstavljati spas za manja privatna poduzeća koja će moći po povoljnijoj cijeni otkupiti i na taj način se očuvati od (nacionalnih) oligopoljskih poduzeća.<sup>19</sup> Svjetska gospodarska kriza nije zaustavila put auto-industrije prema ključnoj gospodarskoj grani Italije i svijeta, dapače po nekim autorima ona je samo „pročistila tržište,“ uklonila nedjelotvorna poduzeća.<sup>20</sup> (3) Izravno su s time povezane i banke koje od 1920-ih godina zbog vlastitog protekcionizma sve više postaju uključene u uprave automobilskih industrija. Budući da su ulagači u Italiji bili usmjereni prema manje rizičnoj trgovini nekretninama, industrijalci koji su se bavili proizvodnjom automobila bili su prisiljeni krenuti u smjeru banaka i dugoročnih kredita.<sup>21</sup> (4) Odnosom između vrha korporativne hijerarhije koju je predstavljala „Confindustria“<sup>22</sup> i radnika koji su bili okupljeni oko Socijalističke stranke ili Talijanske generalne radničke konfederacije, tzv. CGdL (*Confederazione Generale del Lavoro*).<sup>23</sup> Važnu su ulogu imale i radničke udruge, kao što je „udruga metalaca“ FIOM (*Federazione Italiana Operai Metallurgici*; osnovana nekoliko godina prije CGdL-a), jedna od prvih koja je prihvatila modernizaciju Fiata i Agnellijevu „amerikanizaciju“ u odnosu stroj-radnik.<sup>24</sup> (5) Napretkom

<sup>16</sup> WELLS 1974, 233; AMATORI i BIGATTI 2003, 220; Colli 2009, 139.

<sup>17</sup> O talijanskom gospodarstvu nakon dolaska Mussolinija i u krizi 1929. napisano je mnogo. Vidi pogotovo: AQUARONE 1969.

<sup>18</sup> KINDLEBERGER 1986, 238-239, i AMATORI 1997a, 117.

<sup>19</sup> AMATORI, CHANDLER i HIKINO 1997, 17.

<sup>20</sup> *Die Chronik des Automobils* 1994, 132.

<sup>21</sup> O tome vidi CONFALONIERI 1994.

<sup>22</sup> „Confindustria“ je osnovana 1910. godine u Torinu. Predstavljala je poslodavce iz velikih industrijskih središta. Zanimljiv je njihov ambivalentan odnos prema fašizmu; podržavali su fašističku vlast jer je prekinula štrajkove i pobune radnika, no s druge strane i osuđivali uporabu sile, iako samo nominalno. Vidi SARTI 1968, passim.

<sup>23</sup> Tokom ratnih godina bilježeni su tek manji štrajkovi, najčešće zbog predugih radnih sati ili nestašice hrane. Brojni štrajkovi radnika u Fiatu početkom 1920-ih upravo su započinjali i završavali uz pomoć tog trojnog odnosa. GILBERT i NILSSON 2007, 108.

<sup>24</sup> LOCKE 1992, 235.

tehnike, kao primjerice razvitkom Diesel-motora, novim konceptima slobodnog ovješnja prednjih kotača, prednjeg pogona ili noseće karoserije. (6) Razvitkom državne cestovne infrastrukture – nastankom prvih autocesta, odnosno „samo-auto-ulica“ – koji je započeo oko 1920. godine, doprinio je i većoj brzini i sigurnosti vožnje. Prvu takvu „cestu samo za automobile“ otvorio je na trasi Milano - Varese kralj Viktor Emanuel III 1924. godine.<sup>25</sup> Naravno, većina tih faktora međusobno su nerazdjeljivo povezani. Na primjeru Fiata moguće je lako zaključiti da spretna politika uprave i odnosi s državnim vrhom donose velike prednosti koje su se kapitalizirale u ratno doba. Talijansko-turski, odnosno Libijski rat (*Guerra di Libia*) koji je izbio krajem 1911. godine, značio je za Fiat golem dobitak pošto je baš torinska tvrtka opskrbljivala vojsku.<sup>26</sup> Dok je za Italiju ugovor u Ouchyju značio pobjedu, dotle je za Fiat to značio sam rat.<sup>27</sup>

Važno je napomenuti da je kupac u to vrijeme još uvijek bio „malen faktor,“ koliko god to apsurdno izgledalo. Iako automobil početkom 20. stoljeća predstavlja vozilo za privilegirane, a nikako predmet masovne uporabe, luksuz u automobilu još uvijek nije bio tražen niti nuđen.<sup>28</sup> Ni najveći proizvođači nisu imali pravu marketinšku strategiju kojom bi svoje proizvode plasirali na bolje i šire tržište. Čak se rijetko uvodila tekuća proizvodna traka, koja je u SAD-u već bila u čestoj uporabi. Nisu se provodila ni sondiranja potražnje potencijalnih kupaca, već se pokušalo širokim izborom modela zadovoljiti što više zahtjeva.<sup>29</sup>

Iako je nacionalni dohodak *per capita* u Italiji poslije 1918. bio znatno manji od onoga u auto-industriji konkurentskim Sjedinjenim Američkim Državama, Njemačkom, Velikoj Britaniji i Francuskoj, talijanski proizvođači automobila pronašli su brzo mjesto na tržištu, često nadilazeći ostale. Razloga za uspjeh talijanskih poduzeća je mnogo: brza primjena novih tehnologija, rana uporaba čelika (dostupnog Italiji), kvalitetna proizvodnja motora i inovativni dizajn, uporaba novih materijala, itd. Pogotovo automobilska industrija, za razliku od mnogih drugih u Italiji, od ranih početaka prati moderne trendove koje „diktira“ napredna Velika

<sup>25</sup> Radilo se o ideji proslavljenog inženjera Puricellija. Ulice su bile široke između 11 i 14 metara, nije postojala srednja razdjelnica, a motocikli nisu bili dopušteni. Budući da je izgrađena uz poticaj privatnih poduzeća, uporaba se naplaćivala i to oko 4 pfenniga po kilometru. *Die Chronik des Automobils* 1994, 96-97.

<sup>26</sup> Smatra se prvim ratom u kojem su za vojne operacije korišteni zrakoplovi. O tome vidi primjerice: WELLS 1920.

<sup>27</sup> U stvari, popularnost rata i visoka očekivanja od rata uskoro su se pokazala lažnima pošto je država na njemu izgubila oko 512 milijuna lira, a zauzvrat dobila vrlo malo od siromašne pješćane afričke države. O tome: PROCCACI 1996, 280-281.

<sup>28</sup> Čak se i neki automobili, u čiji je dizajn i opremu uloženo nešto više truda, nisu mogli prodati. To su bili, primjerice, izrazito skupi Daimler Double Six (Velika Britanija) i Bugatti Typ 41 Royale (Francuska). O tome: *Die Chronik des Automobils* 1994, 126.

<sup>29</sup> Isto, 132.

Britanija i SAD. Tako i u vrijeme kriza, talijanske tvrtke kao što su Fiat, Alfa Romeo i Lancia opstaju.

### *Torinska auto-industrija u prvim poslijeratnim godinama*

Talijanski komunistički teoretičar Antonio Gramsci za Torino je napisao sljedeće: *Torino je državi prepustio svoju klasu malih buržoaskih intelektualaca; i kako se kapitalistička ekonomija razvijala, uništavajući talijansku sitnu industriju i zanatsko gospodarstvo gurajući mase proletera u Torino, daje gradu današnji karakter; možda jedan od najneobičnijih u cijeloj Europi. Grad je bio i još uvijek je strukturiran prirodno oko jedne jedine industrije koja kontrolira sve gradske kretnje i regulira njegov protok. Torino je grad automobila (...).*<sup>30</sup> Industrijalizacija je u modernoj Europi promijenila mnogo toga; odnos čovjek-grad, čovjek-okoliš, čovjek-stroj pa čak i onaj čovjeka s drugim čovjekom. Baš kao kapitalizam, i industrijalizacija uspostavlja posve nov rječnik kojim se ti odnosi definiraju. Primjer nam može biti zanimanje arhitekta koji, kada je riječ o gradnji industrijskih pogona, nije klasični „organizator prostora“ u baroknom smislu, već je „inženjer higijene,“ odnosno posrednik između paternalističkog vlasnika tvornice i običnog radnika; arhitekt se brine oko sanitarnih čvorova, ventilacije, osvjetljenja, dezinfekcije – sigurnosti radnika.<sup>31</sup> Na njemu ostaje 75 radnih sati u tjednu zaposlenika učiniti što podnošljivijim.<sup>32</sup> S druge strane, arhitekt prati trendove i napretke tehnike koje su njegovi poslodavci tražili. „Prostor“ nije bio područje arhitekta, čak ni drugih inženjera, već vlasnika-kapitalista. Kapitalistička dominacija prostorom u auto-industriji se odvija u dva smjera: (1) prema monopolu u historijskom gradu (primjer obitelji Agnelli u Torinu), koji je značio dodavanje novih instalacija historijskom gradu i stvaranje „polu-artificijelnog okoliša“ i (2) prema stvaranju potpuno artificijelnog okoliša (primjer Olivettija ili Kruppa), kao što su brojna radnička sela.<sup>33</sup> U oba slučaja, kapitalizam graniči s totalitarizmom, no po svom nukleusu se odupire tim težnjama.

F.I.A.T. (S.a.) – *Societa Anonima Fabbrica Italiana Automobili Torino* – osnovan je još 1899. godine u Torinu od skupine bogatih ulagača među kojima je bio i Giovanni Agnelli.<sup>34</sup> Uskoro on postaje i generalni direktor kompanije, a kada

<sup>30</sup> GRAMSCI 1994, 183-184.

<sup>31</sup> ABRIANI 1976, 43.

<sup>32</sup> DUNNAGE 2002, 43.

<sup>33</sup> ABRIANI 1976, 43-44.

<sup>34</sup> Isprva su u sastavu osnivača i vlasnika Fiata bili mnogi talijanski plemići: grofovi Roberto Biscaretti di Ruffia i Emanuele Cacherano di Briecherasio. Agnelli je oko sebe okupio krug poduzetnih talijanskih industrijalaca; „industrijsku inteligenciju.“ Međutim, ideja o osnutku vlastite firme, „prve talijanske nacionalne automobilske kompanije,“ kako je kasnije naziva, došla mu je još 1890-ih godina u Veroni. O tome vidi: *Fabbrica italiana automobili*, Torino 1950. Među boljim biografijama G. Agnellija svakako je: CASTRONOVO 1971.



je 1906. godine otkupio većinski dio dionica Fiata i neke manje, ali dobro organizirane auto-kompanije (*Ceirano GB & C*) unatoč teškoj situaciji s radnicima<sup>35</sup> i skandalima u poslovanju, Agnelli postaje pravi vođa Fiatova pogona. Nakon posjeta Sjedinjenim Američkim Državama i pogonima Henryja Forda, gdje se nedvojbeno upoznao s načelima taylorizma (tzv. *scientific management*) i fordizma,<sup>36</sup> odlučuje otvoriti poslovnicu u Poughkeepsieu blizu New Yorka, a naučena iskustva prenijeti u Italiju.<sup>37</sup> Giovanni Agnelli, *cavaliere al merito di lavoro*, bio je izuzetan poduzetnik. U Torinu 1898. godine nije bilo više od 100 automobila, no on je spadao među odabrano društvo modernih aristokrata koji su se međusobno družili, snivali o vlastitim podvizima i idejama.<sup>38</sup> Uložio je sve napore kako bi od Torina napravio europski Detroit.<sup>39</sup> Prepoznao je vrlo brzo da organiziranost europske automobilske industrije ne može konkurirati onoj u SAD-u te da treba težiti novim rješenjima i snažnijoj strategiji na domaćem tržištu. Tako postaje prvi poduzetnik koji uvodi i prilagođava fordizam uvjetima talijanskog gospodarstva, koji se pokazao kao vrlo uspješan model i omogućio daljnju ekspanziju Fiata.<sup>40</sup> Spretno je, primjerice, iskoristio popularnost taksija u Europi i nametnuo svoje Fiat modele kao standard. Također, organizacijom široke mreže autobusa u predratnoj Italiji Fiat je ostvario dodatne profite.<sup>41</sup> Već je do 1910. godine Agnelli osigurao prvo mjesto na auto-tržištu u Italiji, a 1918. Fiat je treće po veličini industrijsko postrojenje u Italiji.<sup>42</sup> Kada su se vremena promijenila uslijed rata koji je zadesio čitav svijet, Agnelli se spretno okrenuo vojnoj industriji. Uz poznatu

<sup>35</sup> Radničke pobune su se u to vrijeme češće događale, a razlozi su često bili loši uvjeti rada, premale plaće ili kolektivni otkazi koji su uručivani i u Fiatu u recesijskim vremenima. Fiat je, primjerice, štrajkove i pobune uspio izbjeći 1919-1920. dok je profit ostvarivan isključivo na račun proizvodnje bolničkih i vojnih vozila, no 1921. godine i *Lingotto* tvornicu zahvatilo je opće stanje pobuna koje je uzrokovala svjetska recesija. O tome više u nastavku. CLARK 2008, 248.

<sup>36</sup> Usporedi: HOUNSHELL 1984; HUGHES 2004; SPODE 2004, 127-155.

<sup>37</sup> U Italiji su taylorizam i fordizam u općem smislu shvaćeni najčešće kao „amerikanizacija“ ili „amerikanizam.“ Antonio Grimasci gleda na primjenu takvih sustava ne samo kroz problematiku tehničke učinkovitosti, već i kao socijalni odnos nerazdvojno povezan sa svakodnevnim životom, seksualnosti i kulturom općenito. Naglašava promjene koje se odvijaju kod samog čovjeka uvođenjem takvog načina razmišljanja u radnička postrojenja. MAIER 1988, 23-25; GALLI 1997, 33; BIGAZZI 2000a, 22; MARTIN 2002, 444-445.

<sup>38</sup> AVANTARIO 2002, 22; GILBERT i NILSSON 2007, 182-183.

<sup>39</sup> Odlična usporedba tih industrijskih gradova objavljena je kao *case-study* na seminaru u SAD-u 1981. godine pod nazivom *Torino-Detroit: due città a confronto*. Vidi također: BIGAZZI 2000a, 22.

<sup>40</sup> Osnove koje je postavio Agnelli, odnosno prave plodove fordizma dobit će V. Valletta sredinom 1950-ih, kada će Fiat u potpunosti kreirati masovno tržište vlastitih automobila u zemlji. VELO 1983, 16-27; LOCKE 1992, 234-235; FLINK 1998, 76.

<sup>41</sup> CLARK 2008, 215.

<sup>42</sup> FLINK 1998, 183 i AMATORI 1997a, 112.

*Ansaldo* kompaniju (čelik), Fiat je brzo preuzeo vodstvo u tom sektoru.<sup>43</sup> Fiat od 1905. godine uvodi i od proizvodnje odvojene pogone za planiranje i testiranje. To će drugi proizvođači činiti uglavnom tek nakon Drugog svjetskog rata. Do tada funkcioniraju po potrebi, često i neplanski, potičući tako manje poduzetnike na razvoj samostalnih specijaliziranih timova i centara, kao primjerice centar za proučavanje kod Mandella Laria.<sup>44</sup> Po svršetku Prvog svjetskog rata dogodile su se i promjene u upravi; jednostavna hijerarhija „Fiatovih ljudi“, Agnelli (generalni direktor) – Guido Fornaca<sup>45</sup> (proizvodnja) – Giuseppe Broglia (računovodstvo i regulacija) – Enrico Marchesi (komercijalni upravitelj), trebala je biti prestrukturirana. Među važnijim prinovama bili su Tranquillo Zerbi i Antonio Fessia koji su se brinuli za dizajn novih modela (tzv. „unifikacija“), Vittorio Valletta, zvan „profesor“, obrazovani inženjer koji će voditi Fiat u važnim 1950-im godinama, Armando Fiorelli, također inženjer, zadužen za uporabu novih strojeva, i Ugo Gobbato, mehaničar-inženjer koji je preuzeo raspodjelu opreme u radionicama i tvornicama.<sup>46</sup> Agnelli je nakon rata prikupljao oko sebe i političku elitu, surađivao je tako i s Benitom Mussolinijem, pomažući financiranje njegovih novina *Popolo d'Italia*. Zauzvrat je Agnelli dobio titulu doživotnog senatora, ali i konkretan utjecaj na vladu Italije koja je otklanjala inozemnu konkurenciju već spomenutim visokim taksama.<sup>47</sup> Ipak je izbjegavao otvoreno davati podršku fašizmu, kao uostalom i većina pijemontskih i lombardskih industrijalaca, koji su fašistička rješenja smatrali destruktivnima.<sup>48</sup> Tim više, industrijalci su u fašizmu vidjeli opasnost naspram svojih poslovanja pošto su imali pred sobom prije globalnu nego li lokalnu sliku.<sup>49</sup> Ipak, u ranim 1920-im godinama brojni su se industrijalci, poput Fiatovog potpredsjednika Dantea Ferrarisa, priklonili novim političkim opcijama tražeći „veću ulogu industrijalaca u javnim poslovima.“<sup>50</sup> Ključ uspjeha Agnellija i Fiata bila je jasna strategija, gotovo u obliku manifesta. Fiat je već od prije rata

<sup>43</sup> U tom razdoblju migracije stanovništva s juga Italije na sjever vrlo su česte i dinamične, što su i poticali vlasnici automobilske kompanije. DUNNAGE 2002, 41.

<sup>44</sup> FEDERICO i TONINELLI 2006, 211.

<sup>45</sup> Fornaca je uz Agnellija bio najistaknutija osoba ranih godina Fiata. Došao je u poduzeće dosta kasno, no imao je iskustva u dizajnu automobila za pruge. Opisivan je kao „dosadni i divlji puritanac“ u Fiatu (riječima Piera Gobettija), no činjenica je da je upravo Fornaca uspio riješiti jedan od važnijih problema svakog većeg proizvođača s početka stoljeća: prilagoditi dizajn brzog proizvodnje. AMATORI 2001b, 1-16 (preuzeto: [www.web.bi.no/forskning/ebha2001.nsf/dd5cab6801f1723585256474005327c8/a6cb7066ea59eda6c12567f30056ef4d/\\$FILE/C4%20-%20Amatori.PDF](http://www.web.bi.no/forskning/ebha2001.nsf/dd5cab6801f1723585256474005327c8/a6cb7066ea59eda6c12567f30056ef4d/$FILE/C4%20-%20Amatori.PDF)). Izvrstan kratki pregled karijera prvih ljudi Fiata dostupan je na: [www.aisastoryauto.it](http://www.aisastoryauto.it).

<sup>46</sup> AMATORI 2001b, 1-16.

<sup>47</sup> CASTRONOVO 1971, 360; WELLS 1974, 233; GALLI 1997, 61-63.

<sup>48</sup> DUNNAGE 2002, 41.

<sup>49</sup> SNOWDEN 2004, 121-122.

<sup>50</sup> SARTI 1968, 401.

mogao proizvoditi sve što je trebalo za izradu automobila svih klasa, u čemu je imao veliku prednost. Nakon rata i spomenutih promjena u upravnoj strukturi, kompanija je bila suočena s novim velikim izazovom – stvaranjem koordinirane organizacije. Riječima Giuseppea Volpata, Fiatov tadašnji „hardver“ bio je sasvim dostatan, no potreban je bio barem jednako „inovativan softver.“ Nakon Prvog svjetskog rata prikupljeni kapital iskorišten je vrlo praktično – u gradnju novih pogona i tvornice Lingotto te kupnju i preuzimanje drugih kompanija. Tako su 1917. otkupljene tri velike kompanije metalne mašinerije.<sup>51</sup> Time je upotpunjena vertikalna integracija ciklusa proizvodnje. Potrebna je bila precizna analiza radnih ciklusa, politike kompenzacije i nova mreža vertikalne raspodjele rezultata proizvodnje te inicijativa uprave, gotovo pa prelazak na tzv. STS (*socio-technical system*).<sup>52</sup> Fiatov odgovor bila je centralizacija, što se može dobro vidjeti iz dva različita primjera - prvo, da je nakon smrti Guida Fornace (1928) uz bok Agnelliju došao Vittorio Valletta, a ne „teoretičar“ Ugo Gobbato,<sup>53</sup> čime se vrh kompanije odlučio za sigurniju tržišnu politiku bez, primjerice, agresivnijih pokušaja proboja na itekako veliko japansko tržište, i drugo, da je svih tadašnjih 170 ureda i trgovina bilo podijeljeno u dvije sekcije izravno odgovorne samoj upravi.<sup>54</sup> U svakom slučaju, nova uprava i organizacija omogućili su sigurno poslovanje Fiata u narednim godinama. Brojke govore u prilog – do 1926. godine Fiat je pokrivao 87% talijanskog automobilskog tržišta, prodano je oko 52.000 modela, a profit je narastao s par tisuća lira u 1921. na golemih 76 milijuna lira pet godina kasnije. Takvi su uspjesi omogućili nova ulaganja u inozemne podružnice i poslovnice, tzv. „garaže Italije“ diljem svijeta: u Švicarskoj, Njemačkoj, Španjolskoj, Turskoj, Argentini i Sjedinjenim Američkim Državama.<sup>55</sup> Ta kombinacija dominacije na domaćem tržištu i visoke konkurentnosti u drugim državama, za Fiat će značiti dugotrajnu stabilizaciju. Čak i u vremenima veće gospodarske krize Agnelli se dobro snalazi, donoseći vrlo važnu odluku na koju upozorava D. Bigazzi: za razliku od ipak manjih francuskih proizvođača koji unatoč krizi odobravaju daljnje ulaganje u razvojne strukture, Agnelli prednost daje ulaganjima u proizvodnju.<sup>56</sup>

<sup>51</sup> AMATORI 1997a, 112.

<sup>52</sup> VOLPATO 1997, 137.

<sup>53</sup> Gobbato je Fiat napustio uskoro potom i 1933. postao upravitelj Alfe Romeo, koju je unaprijedio po pitanju pronalazjenja standardizacije i unifikacije proizvoda prilagođenih talijanskom tržištu. Tvornicu u Portellu je pametnim investicijama proširio i blizu Napolija uredio nove urede. Racionalizam je i za njega bio spoj fordizma uz kontekst društvenih relacija agroindustrijske Italije 19. stoljeća u kojoj prevladavaju obitelj i autoritet. Tijekom Drugog svjetskog rata Gobbato je unaprijedio Alfine tvornice, ali je pred kraj rata pao pod optužbu kolaboracije s Nijemcima. Kada je uprava već bježala u Španjolsku, a Gobbato oslobođen optužbi, ubijen je u atentatu od nepoznatog počinitelja. BIGAZZI 2000b, 273-274.

<sup>54</sup> AMATORI 2001a, 9-14.

<sup>55</sup> Isto, 5-6.

<sup>56</sup> MOUTET 1987, 1062.

**Tablica 1.: Fiatov gospodarski uspon 1921-1926 (Prema: AMATORI 2001, 2-8)**

	<u>1921/22</u>	<u>1925/26</u>
Broj prodanih vozila	9.300	52.000
Broj zaposlenika	15.000	29.000
Zarada u sektoru „automobili i rezervni dijelovi“	200.000.000 (lira)	400.000.000 (lira)

Druga torinska marka proizvođača, Lancia, na tržištu je bila poznata kao „marka inženjera“ po svojim inovacijama. Tvrtku su 1906. osnovali Vincenzo Lancia i njegov prijatelj Claudio Fogolin, oboje vozači Fiatovih automobila na utrka. Mladi Lancia, koji se već s devetnaest godina nametnuo u Agnellijevom Fiatu, odlučio se za iskorak i osamostalio, što ga je koštalo posla.<sup>57</sup> Carlo Biscaretti di Ruffia napisao je za Lanciu da je bio „veliki dečko pun snage i zdravlja.“<sup>58</sup> U mladosti je već bio suočen s ulagačkim duhom aristokracije. Njegov otac snalazio se tijekom Krimskog rata prebacujući zamrznuto meso iz Amerike na ratište.<sup>59</sup> Baš kao i Enzo Ferrari, karijeru je započeo kao vozač utrka, no pravovremeno se odrekao svoje strasti i krenuo u poduzetništvo. Povijest Lancie izvrstan je primjer inteligentne i „žilave“ strategije malog proizvođača. Lancia je od svojih početaka proizvodila male, kompaktne automobile, kvalitetno proizvedene i funkcionalne, namijenjene bogatijim kupcima. Uz to, Vincenzo Lancia iskoristio je svoju popularnost kao vozač kako bi novu marku promovirao i izvan Italije, u Velikoj Britaniji i SAD-u.<sup>60</sup> Do Prvog svjetskog rata Lancia je već stabilno poduzeće s razvijenom prodajnom mrežom u Italiji, organiziranom strukturom uprave i dobro upravljanim pogonom radnika. Za razliku od velikog broja proizvođača, Lancia u ratno vrijeme nije odstupao od izvornog cilja svoje marke. Tako je tvornica proizvodila isključivo automobile i eventualno dizajn motora za zrakoplove. Po svršetku rata, Lancia i dalje proizvodi elegantne i luksuzne automobile prepoznatljiva dizajna, za razliku od konkurencije koja se od ratnih doba oslanjala na veća i robusnija vozila.<sup>61</sup>

<sup>57</sup> Iako Lancia nije sasvim maknut s liste suradnika Fiata. FELICOLI 1996, 7-16, GALLI 1997, 34.

<sup>58</sup> *I cinquant'anni della Fiat*, 49.

<sup>59</sup> Isto, 50.

<sup>60</sup> Isprva su u inozemstvu otvarane poslovnice rezervnih dijelova. AMATORI 2004, 230.

<sup>61</sup> Isto, 229-231.

**Tablica 2.:** Dominacija i razvitak automobilskih kompanija u Torinu  
(Prema: CLARK 2008, 151.)

<b>Broj automobilskih kompanija (1907)</b>	
Italija	71
Torino	32

Nakon ponovne konsolidacije na tržištu, Vincenzo Lancia ulaže u tehnološki razvoj tvrtke. *Lancia Lambda* (1923) tipičan je produkt inovativnog tima LANCIE – novi materijali i metoda konstrukcije činili su *Lambdu* mnogo lakšom od većine drugih modela do tada, brzina auta također je zbog manje težine povećana (100km/h), a konstruirani su i hidraulički amortizeri. Taj je model lansirao Lanciu na talijansko tržište, iako nije mogao predstavljati ozbiljniju konkurenciju javno sveprisutnom Fiatu. Bez obzira na to, *Lambda* je proizvedena u nekoliko serija i prodana u više od 13.000 primjerka, što je za rane 1920-e godine bilo izrazito dobro.<sup>62</sup> Neko vrijeme Lancia se uspjela održati ispred Fiata u kategoriji luksuznih automobila,<sup>63</sup> no 1925. je na pariškom salonu predstavljen konkurentski tip „Fiat 509.“ Fiatov povratak u tu kategoriju i „talijanski nacionalni ponos“ prenosili su francuski mediji.<sup>64</sup> Luksuzni četverosjed bio je opremljen novim kočnicama na sva četiri kotača i motorom koji je bio lakši pa je odmah postigao uspjeh, tako da je do 1929. prodano 92.214 primjerka.<sup>65</sup> Lancia sve do 1930-ih, kada će je pogoditi političke promjene u Italiji i smrt osnivača, kao kompaktno poduzeće minimalnih dimenzija, dobro osmišljene strategije bez nepotrebnih rizika, unatoč dominaciji Fiata, opstaje bez ijedne veće krize na talijanskom tržištu, što joj je uostalom i osiguralo u 1930-ima poziciju najvećeg talijanskog proizvođača automobila, naravno, odmah nakon Fiata.<sup>66</sup>

Torino je brojao razne manje proizvođače auto-modela, kao što su: *Itala* (1904-'34), *Diatto* (1905-'29), *SCAT* (1906-'29), *Aquila Italiana* (1906-'17), *SPA* (1906-'26), *Chiribiri* (1910-'29), *Storero* (1912-'19), *Aurea* (1921-'30),<sup>67</sup> *Moretti* (1925-'89) i *Siata* (1926-'70). Vidljivo je iz godina kada su proizvođači zatvoreni, da je velika gospodarska kriza izravno utjecala na gašenje većine manjih nezavisnih kompanija. Neke su prodane ili djelomično otkupljene od stabilnih

<sup>62</sup> *Chronik des Automobils* 1994, 93.

<sup>63</sup> Strašan neuspjeh u visokim kategorijama automobila Fiata predstavljao je, primjerice, model 520, tzv. „Super-Fiat.“ Prodan je tek u šest primjeraka!

<sup>64</sup> *Chronik des Automobils* 1994, 106.

<sup>65</sup> Isto, 106-107.

<sup>66</sup> COLLI 2003, 54.

<sup>67</sup> Vidi: [www.histomobile.com](http://www.histomobile.com)

Fiata i Lancie. Tokom 1920-ih godina manji proizvođači su dominaciju Fiata na domaćem tržištu izbjegavali s više ili manje uspjeha fokusirajući se na segmentirano trgovanje, tzv. „nišno tržište.“<sup>68</sup>

Kontakti Fiata i državne vlasti nisu samo omogućili prvo mjesto u zemlji, već su uvelike djelovali i na razvoj Torina. Grad je do 1911. brojao 6500 automobilskih radnika, najviše, dakako, Fiatovih.<sup>69</sup> Brza industrijalizacija i demografski porast prije Prvog svjetskog rata omogućili su i organizaciju ekstremističkih skupina u Torinu, militantnih radnika koji su sebe smatrali elitom radničke klase.<sup>70</sup> Pa iako su se i odjeci ruske revolucije u Torinu mogli dobro čuti, Agnellijeva je uprava Fiata već bila orijentirana na daleki zapad. I dok su kasnije recesija i gospodarske krize upropaštavale manje tvornice, Fiat, koji je djelovao u gradskoj upravi, širio se bez otpora. Uskoro će radnici u gradu za Fiat govoriti „La mamma.“<sup>71</sup> Takva pozicija je ustvari značila da autoritarizam i paternalizam Fiata, koji su se postupno razvijali, stvaraju nesporazume u komunikaciji s ideološki jakim udrugama i sindikatima, ali bez posljedica. Brojni štrajkovi, nesuglasice i nemiri u konačnici nisu ničemu doprinijeli.

U Torinu je 1900. godine organiziran sajam automobila, prvi takav u Italiji. Tada su još na automobilskim salonima sudjelovali uglavnom domaći proizvođači. Zabilježen je impozantan broj od 2000 posjetitelja, što je dalo sigurnost organizatorima u nastavak rada. Od tada pa sve do 2002. godine sajam se godišnje redovito održavao.

**Tablica 3.:** *Izbor važnijih modela iz produkcije Fiata.*

Godina	Tip	ccm	KS	km/h	Posebnosti
1899	3,5 HP	679	4	40	Dvocilindrični motor, 2-3 sjedala
1901	12 HP	3768	20	70	Četverocilindrični motor, četverosjed
1905	24-32 HP	7363	32	75	Četverocilindrični motor, 4-6 sjedala
1911	Zero	1847	19	72	Prvi mali Fiatov automobil
1919	510	3446	46	85	Šesterocilindrični motor
1922	519	4766	77	116	Šesterocilindrični motor, odvojene kočnice
1926	503	1460	27	75	Četverocilindrični motor, veliki prodajni uspjeh
1927	806 Corsa	1484	187	250	Dvanaest-cilindrični motor, uspjesi u utrkama
1930	514MM	1438	37	110	Četverocilindrični motor, športski auto

<sup>68</sup> FEDERICO i TONINELLI 2006, 220.

<sup>69</sup> CLARK 2008, 152.

<sup>70</sup> SETON-WATSON 1967, 470.

<sup>71</sup> LOCKE 1992, 242-243.



slika 2. Plan Fiatove tvornice Lingotto

*Lingotto – između „jezika“ arhitekture i mehanike*

Adaptiravši taylorizam na talijanske prilike i ratne potrebe,<sup>72</sup> Giovanni Agnelli je „stvorio“ Fiatov uspjeh; povećao je i ubrzao produktivnost, što mu je omogućilo i veće plaće za radnike. Njegove su investicije jednostavno bile racionalne: (1) vrlo moderno poduzeće, (2) rašireni lanac prodajnih poslovnica i (3) kvalitetni kadar izravno uključen u razvoj, proizvodnju i dizajn automobila.<sup>73</sup>

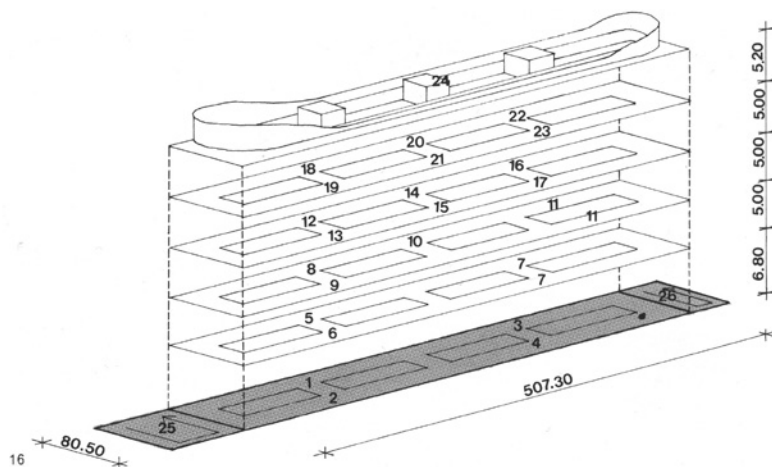
Jedna od rijetkih europskih tvornica automobila koja je uvela tekuću traku bila je znamenita Fiatova tvornica na pet etaža, Lingotto, na torinskoj *Via Nizza*.<sup>74</sup> Agnelli je već između 1915. i 1916. otkupio na području Lingotto 378.000 m<sup>2</sup> površine, od kojih je 152.000 m<sup>2</sup> površine ostavljeno za izgradnju nove tvornice. Ona je izgrađena i bila djelomično korištena još prije svršetka Prvog svjetskog rata, no otvorena je tek 22. svibnja 1923. godine u velikoj svečanosti uz posjet Vittoria Emanuelea III.<sup>75</sup> Giovanni Agnelli brzo je (nakon američkih posjeta) uvidio kako zastarjele radionice na *Corso Danteu* postaju nedostatne za Fiatove mogućnosti i ambicije. Nova tvornica omogućila je proizvodnju na vertikalno integriranoj strukturi kakvu je upoznao kod Henryja Forda – Lingotto je dnevno

<sup>72</sup> Neki autori tvrde da su taylorizam i fordizam u Italiji doživjeli pravu recepciju tek 1936. godine, otvaranjem Mirafiore tvornice. O tome: FLINK 1998, 257-259.

<sup>73</sup> AMATORI 2001a, 2. Dalje razlaže da su i specifični uvjeti važan faktor u očuvanju i razvoju svakog velikog poduzeća, pa tako i Fiata. Parafrazirajući J. Freemana i M. T. Hannah zaključuje i da sve velike kompanije, kao i sve ljudske invencije, mogu potpasti pod degeneraciju i inerciju, a tome najjače odolijevaju one strukture koje se u osnovi teško mijenjaju. Vidi: FREEMAN i HANNAH 1988.

<sup>74</sup> U Europi su tekuće trake u tvornicama imali još Austin, Opel i Citroën. BIGAZZI 2000a, 43.

<sup>75</sup> CASTRONOVO 1971, 328; KIRK 2005, 61-62; BIGAZZI 2000a, 30.



1. manutenzione / maintenance
2. prova motori / motor testing
3. parafranghi / mudguards
4. esperienze / trials
5. lavorazione motore / motor machining
6. montaggio motore / motor assembly
7. lastratura / bodywork sheet metal working
8. lavorazione cambio / gear machining
9. montaggio e lavorazione cambio / gear assembling and machining
10. apparecchiature elettriche motore e dinamo / electric motor and dynamo apparatus
11. verniciatura / painting
12. lavorazione ponti e sospensioni / bridge and suspension assembly
13. lavorazione differenziale / differential machining
14. sellatura / upholstery
15. montaggio ponti e sospensioni / bridge and suspension assembly
16. scocche / bearing bodywork
17. preparazione selleria / upholstery preparation
18. montaggio autotelaio autocarri / lorry chassis assembly
19. montaggio autotelaio / chassis assembly
20. montaggio scocche / bearing bodywork assembly
21. carrozzatura / coachwork
22. lavorazione serbatoi e radiatori / tank and radiator machining
23. collaudo e finizione / testing and finishing
24. pista collaudo / test track
25. rampa sud / south ramp
26. rampa nord / north ramp

slika 3. Shema rasporeda sekcija u tvornici Lingotto

mogao proizvesti i do 100 šasija i 75 karoserija te stroj uz kojeg je potreban tek jedan radnik za proizvodnju 300.000 cigli.<sup>76</sup> Štoviše, radilo se o „korporativnom sveučilištu“ koje je okupljalo preko četiri stotine docenata i profesora kao vanjskih ili stalnih suradnika, te još 800 stručnjaka.<sup>77</sup> U tvornicu je uprava tokom 1920-ih godina pravilno ulagala, tako da je između polovine i trećine novaca za pogone i novu mašineriju odlazilo baš na Lingotto.<sup>78</sup> Iako po dizajnu i arhitekturi specifičan, potpuno je opravdano klasificiran kao vjerna imitacija Fordovog Highland Parka.<sup>79</sup> Sve to omogućili su fordizam i taylorizam koje je Agnelli znao adaptirati, ali i iz Velike Britanije uvedeni *Bedaux sustav*, način isplaćivanja radnika za obavljene posao u određenom vremenskom periodu, temeljen na principu bodovanja gdje

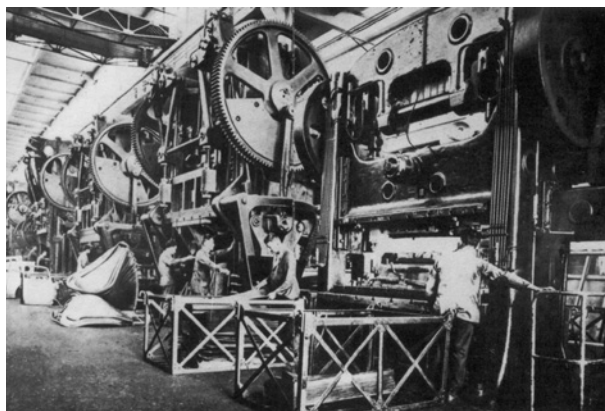
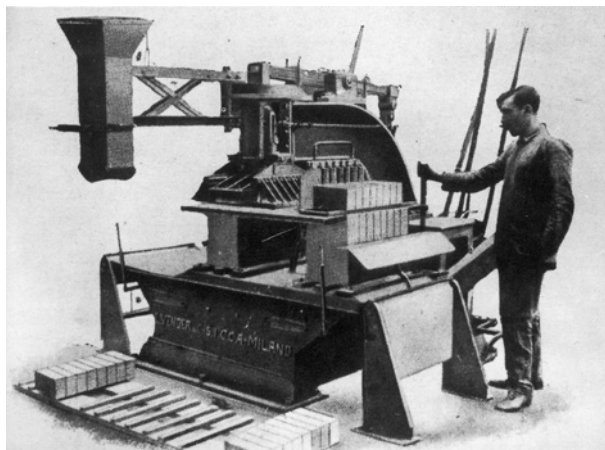
<sup>76</sup> AMATORI 2000, 6; ABRIANI 1976, 49.

<sup>77</sup> GALLI 1997, 92.

<sup>78</sup> BIGAZZI 2000a, 29.

<sup>79</sup> BIGAZZI 2000a, 24-25; BATCHELOR 1994, 79.





slike 4. i 5. Radnici Fiata u novoj tvornici; suradnja stroja i čovjeka

jedan bod iznosi jednu minutu u optimalnim uvjetima i brzini rada. Iako se u Francuskoj jednako uspješno primjenjuju slični sustavi, *Bedaux sustav* idealno je odgovarao uvjetima koji su se iznenada pojavili početkom Velike krize. Za Fiat je to značilo mnogo, jer 45% cijelog poduzeća tvorila je indirektna radna snaga.<sup>80</sup> Vrlo vješti i obučeni radnici, priviknuti na moderne sustave Fiata, tako su se vrlo laganom mogli uklopiti u inovacije i preraspodjele poslova.

Upravo je Lingotto takve kvalificirane radnike trebao, a Fiat ih je isplaćivao i više nego tzv. „obične,“ slabo obučene radnike, jer su bili ključni u nastojanjima da se proizvodnja poveća.<sup>81</sup> Zbog te činjenice moguće je također povući paralelu sa zaključcima britanske geografkinje Doreen B. Massey koja je, analiziravši plaće u tvornici automobila u Coventryju 1920-ih godina, zaključila da je distinkcija između obučenih i slabije obučenih osnovana samo u visini plaća, odnosno ideologiji

<sup>80</sup> MOUTET 1987, 1074; MUSSO 1995, 245.

<sup>81</sup> MUSSO 1990, 233.

kompanije koja preferira neka mjesta i neke radnike vješte u pregovorima.<sup>82</sup> Visoko obučeni radnici su po satu dobivali oko 3,50 lira, dok su oni bez znanja i obuke dobivali 2,25.<sup>83</sup> Također, iako su u povijesti Fiatovih tvornica ostale zapamćene pobune, pogotovo u ime komunizma, pa se tako tražila promjena uprave i uzvikivalo ime Lenjina, ipak, one nikada nisu u većoj mjeri značile zastoj proizvodnje. One su se „prelijevale“ iz jedne u drugu tvornicu, kao što svjedoči primjer iz lipnja 1920. kada su okupirane Agnellijeve tvornice nakon što je uprava Alfa Romea u Milanu na mogući štrajk reagirala otpuštanjem radnika iz tvornice.<sup>84</sup>

Tvornica Lingotto postala je uskoro simbolom radništva, ali je pritom donosila i brojne odlike moderne arhitekture. I dizajn tvornice prilagođen je novim tehnikama i pristupima. Marco Pozzetto napisao je za tvornicu da *bez dvojbe spada u povijest moderne arhitekture, zbog svoje inventivne, a često i formalne rafiniranosti u primjeni željeznog betona; zbog svoje revolucionarne auto-staze na krovu, zbog dimenzija (500x80m), zbog svoje strogoće.*<sup>85</sup> Linearni raspored interijera bio je podređen proizvodnoj traci po sekcijama određenih dijelova.<sup>86</sup> Stvoren je tako *lay-out taylorismo all'italiana*, živa arhitektura koja je pronašla svoju svrhu u čistom kapitalizmu i industrijalizmu rane Italije.<sup>87</sup> Arhitekt *Lingotta*, mornarički inženjer Giacomo Mattè-Trucco bio je idealan izbor, objedinio je ideologiju Agnellija i talijanske moderne arhitekture. Bez obzira što je *Razionalismo italiano* podređen „agnellijevskom“ racionalizmu pa se s tog aspekta mogu učiniti ishitrene izjave onovremenih arhitekata, pogotovo Le Corbusiera koji u tvornici vidi „vodilju novom urbanizmu.“<sup>88</sup> Zar i Lingotto nije samo monopolizacija historijskog grada, doduše u moderne implikacije? Radni prostor pojedinog radnika je proširen, strojevi organizirano i smišljeno razmješteni. Rampe na vrhu zgrade, uz vrlo inovativan dojam i praktičnu primjenu, predstavljaju također „trofej“ koji je opipljiv svakom običnom radniku, tako da mu pruža alternativu demoralizirajućoj stvarnosti dugog radnog dana u tvornici.<sup>89</sup> Od 1912. do 1925. godine Fiatova produktivnost raste za 56% na račun *harmoničnog*

<sup>82</sup> MASSEY 1995, 40.

<sup>83</sup> MUSSO 1995, 245-246.

<sup>84</sup> Brojni se problemi radništva pojavljuju upravo u razdoblju 1920-1921. Kao što je navedeno, neki se revolti ili slabe intervencije uprave prelijevaju, no postoje i brojni drugi razlozi. Baš u tvornici Lingotto često su nastajali nesporazumi oko kompetencija, odnosno autoriteta između radnika, inženjera i uprave. Ipak, otkazi u pojedinim sekcijama radnika, pogotovo mehaničkih radnika, najčešći su razlog pobuna. Samo u razmaku od godinu i četiri mjeseca broj mehaničkih radnika u Torinu smanjen je za oko 63%. SARTI 1968, 409; MUSSO 1990, 236-240.

<sup>85</sup> POZZETTO 1976, 46.

<sup>86</sup> MUSSO 1995, 255.

<sup>87</sup> POZZETTO 1976, 54.

<sup>88</sup> LE CORBUSIER 1926, 239-247.

<sup>89</sup> Vrlo domišljata je usporedba Alberta Abrianija ili Luigija Barzanija, rampe uspoređuju s katedralom, koja vjerojatno ima isti učinak kod „sitnog“ vjernika. Vidi: ABRIANI 1976, 51.



slike 6. i 7. Krov tvornice Lingotto omogućava probne vožnje novoprodučenih automobila, a kasnije je korišten i u nekoliko filmskih scena (npr. The Italian Job iz 1969. godine).

planiranja i dobre organizacije tvornice.<sup>90</sup> Fiat svoju tvornicu, dakako, skupo plaća; već 1925. godine troškovi održavanja iznose više od 50% ukupnih troškova.<sup>91</sup> Namjerno ili ne, Agnelli i Fiat postali su neočekivani pokrovitelji futurističkih ideja. Stoga su pohvale i s jedne i s druge strane shvatljive. Treba istaknuti da se atribucija dizajna tvornice ponekad dovodi u pitanje. Mattè-Trucco, u svojim prijašnjim radovima bez definiranog stila, imao je uz sebe nekoliko suradnika. Nedvojbeno je ipak: (1) da je Agnelli izabrao Mattè-Trucca kao *insidera*, čovjeka koji je već prije radio kao inženjer za Fiat i koji je bio upoznat s filozofijom uprave; (2) da je već 1906. godine bio dobro upoznat s američkim rješenjima i pristupima koje je predstavljao Henry Ford; i (3) da je Mattè-Trucco uspio sa svojim „megakompleksom“ i kao inovator i kao sljedbenik gospodarske strategije Agnellija.<sup>92</sup>

<sup>90</sup> POZZETTO 1975, 55.

<sup>91</sup> BIGAZZI 2000a, 29.

<sup>92</sup> POZZETTO 1976, 50-52.

Lingotto tvornica ostala je aktivna do 1982. godine, no već od 1930-ih padala je u drugi plan. Nije to samo dokaz Agnellijeve prilagodljive strategije brzih inovacija, već i loše funkcionalne prirode koja leži u srži te tvornice. *Lingotto je povrh svega potreban - metal! motorno ulje! buka! miris! proleterske kletve!* – pisao je teoretičar arhitekture Reyner Banham. A toga je nakon otvaranja Mirafiore tvornice bilo sve manje.<sup>93</sup> Nastanak Lingotta predstavlja potpuni uspjeh Agnellijeve filozofije, koja od torinskih radnika nije stvarala *bolonjske nacionalne fašiste* niti *zajedljivu milansku buržoaziju*, nego *musilovske ljude koji ne govore ni o čemu, negoli o svome poslu* i *antiradničku srednju tehničarsku klasu*. Njemu je kompeticija idealna zamjena za sukobe, a „život“ unutar svog prostora jedina realnost bez koje postaje tek nepokretna, neprilagodljiva i inertna površinska masa.<sup>94</sup>



slika 8. Fiat - Lingotto

<sup>93</sup> KIRK 2005, 64-63. i IRACE 1984, 25. Ovdje možemo napomenuti da je krajem 1980-ih talijanski arhitekt Renzo Piano dobio natječaj za preuređenje *Lingotta* u kompleks trgovačkih centara, kina i raznih zabavnih sadržaja. Kao sličan primjer takvoj transformaciji mogu poslužiti bečki *gasometri*, plinski spremnici koji su također prenamijenjeni (2001. godine). Takvo korištenje prostora izazvalo je podosta kritika i otvorilo dugu raspravu među arhitektima koja se vodila po raznim časopisima.

<sup>94</sup> REVELLI 1982, 103-105 i REVELLI 1989, 10-18.

*Milano – (jedini) veliki torinski rival*

Rivaliteti pojedinih proizvođača automobila u Italiji obilježili su 1920-e godine. U njima su se zbivali dramatični razlazi, „slučajne“ suradnje i gotovo filmski obrati. Pogotovo je zanimljiv bio odnos torinskih i milanskih proizvođača. Iako u manjini, neki su se uspjeli nametnuti tržištu, nudeći specijalizirane usluge, kao npr. *Isotta-Fraschini* (punim imenom *Società Milanese Automobili Isotta, Fraschini & C.*). Kompanija je započela svoj rad s motom *uvoz, prodaja, popravak automobila*. U vrijeme Prvog svjetskog rata, kada je nužna bila redukcija težine motora, inženjeri i konstruktori su se navikli rabiti aluminijski. Kasnije su ta iskustva prenijeli u izradu automobila pa su tako postali prvi proizvođači kojima je uspjelo u serijskoj proizvodnji lansirati model s osam cilindara u redu – *Isotta-Fraschini* Tipo 8. Iako je upitno koliko je planski osnovana strategija Isotte, ipak je vidljivo sljedeće: do 1906. godine uključuje se u automobilske utrke, šalje svoje agente po Portugalu, Velikoj Britaniji, Njemačkoj, Nizozemskoj, Belgiji i Francuskoj te inicira suradnju s drugim proizvođačima, sve kako bi se proširila klijentela koja je zainteresirana za njihove proizvode.<sup>95</sup> Ipak, firma je već 1909. ušla u krizu poslovanja pa je kapital kompanije doživio devaluaciju koja je izbjegnuta tek kada ju je preuzela skupina milanskih poduzetnika.<sup>96</sup> Upravo su najveći uspjeh postigli među visokim slojevima. Brzo su se uspjeli probiti na sjevernoameričko tržište luksuznim modelima koje su često naručivale tadašnje hollywoodske zvijezde (npr. Rudolph Valentino) i mlada aristokracija talijanskog podrijetla.<sup>97</sup> U prodajnom sektoru Isotte u Bologni posebice se istaknuo izrazito talentirani inženjer Alfieri Maserati, koji je nakon problema u poduzeću odlučio pokrenuti vlastitu tvrtku. Tako je 1914. godine u Bologni, kod *Via de Pepoli*, rođen *Maserati*.<sup>98</sup>

Mala kompanija *Züst* iz Brescije, u suradnji s milanskim OM-om (*Officine Meccaniche*) specijalizirala se u proizvodnji kamiona. Međutim, najveći konkurent Fiatu nedvojbeno je bila kompanija *Alfa Romeo*. Priča započinje kada 26. veljače 1906. francusko-engleska automobilistička kuća *Darracq* (pod vodstvom mladog inženjera *Alexandrea*) otvara malu, ali modernu tvornicu kod *Portella* (milanskog predgrađa). Ta će tvornica operirati sve do zatvaranja 1970-ih i postati simbol industrijskog uzleta Milana. Slično kao *Lingotto*, a možda i veću ulogu tvornica će dobiti kasnije, kada će slika futurističke arhitekture Milana pokušati inkorporirati industrijsku bazu grada.<sup>99</sup> Nekoliko godina kasnije, kada su poslovođe iz

<sup>95</sup> FEDERICO i TONINELLI 2006, 207.

<sup>96</sup> CASTRONOVO 1971, 68; FEDERICO i TONINELLI 2006, 217.

<sup>97</sup> Tipo 8 je, primjerice, stajao 6500 dolara bez dodatka za karoseriju. *Chronik des Automobils*, 1994, 75 i [www.isottafraschini.it](http://www.isottafraschini.it).

<sup>98</sup> [www.lifeinitaly.com](http://www.lifeinitaly.com) (2. 3. 2009).

<sup>99</sup> Vidi: FOOT 2001.

Lombardije preuzeli pogon, osnovana je A.L.F.A. (Anonima Lombarda Fabbrica Automobili), koja se od početka čitala čisto „Alfa“ aludirajući na prvo slovo grčkog alfabeta i na novi početak firme. U to vrijeme je u cijeloj kompaniji radilo 250 zaposlenika. Prvi modeli su isprva dobro prolazili na francuskom tržištu.<sup>100</sup> Osnovnu strategiju tvrtke predstavljale su dvije komponente – izvoz automobila i sudjelovanje u auto-utrckama. Naravno, početkom Prvog svjetskog rata, obje su komponente stagnirale pa je i poslovanje firme drastično palo tako da joj je prijetila likvidacija. Spasio ju je novi direktor, napolitanski inženjer Nicola Romeo koji je, poput Agnellija i Fiata, preokrenuo tvornicu u proizvođača streljiva, kompresora, motora i zrakoplovnih dijelova te tako nastavio proizvodnju i profitirao.<sup>101</sup> Prije Prvog svjetskog rata u Alfinim tvornicama radilo je oko 400 radnika, a početkom 1920-ih 4130.<sup>102</sup> Kasnije je Romeo za male koncesije kupio tvornice lokomotiva i dijelova te ih pridodao novoosnovanom poduzeću *Alfa Romeo*.<sup>103</sup> Prvi svjetski rat omogućio je tako i manjim kompanijama transformaciju u korporativne grupe koje streme k ekspanziji. Uskoro je tvornica iskoristila svoju radnu snagu i kapacitete za proizvodnju streljiva, kompresora i zrakoplovnih motora.<sup>104</sup> Radi se o tipičnom prelasku na tržište koje se otvorilo dugim ratom, a koje se događa još prije 1914. u većini europskih sila, od Velike Britanije do Austro-Ugarske. Ulazak Alfe u područje proizvodnje željezničkih materijala, suradnja s njemačkom *Maschinenfabrik Esslingen* preko talijanske podružnice *Costruzioni Meccaniche di Saronno* i kontrola nad dvjema nezavisnim kompanijama u Rimu i Napulju – sve to je Alfa u kratko vrijeme postigla. Međutim, profit je ostvarivan tek u ratnim i prvim poratnim godinama, a promjene u (poslijeratnom) talijanskom gospodarstvu Alfu Romeo su 1926. dovele do bankrota. Dugovi u talijanskim bankama, koje su zbog vlastite nesposobnosti propadale i državi prepuštale dionice i pojedine industrijske posjede, ubrzo su primorale Alfu na odustajanje, odnosno prepuštanje državi 1928. godine.<sup>105</sup> Kratkoročno rješenje kreditima nije se isplatilo Nicoli Romeu, ali je stvorilo dodatni ugled kompaniji koja nakon toga nije više tek tako mogla biti likvidirana. Romeo je održavao kontakt s talijanskim premijerom Mussolinijem koji je naredio državnoj banci da odobri nove kredite Alfi i tako spasio kompaniju od propasti.<sup>106</sup> Primjer Alfe pokazuje kako tvrtke u 1920-ima

<sup>100</sup> ALVAREZ 1984, 1-2; BORGESON 1990, 10; SPARROW i KESSEL 1996, 8.

<sup>101</sup> Opet, dugoročno gledano, takvi su poslovi *Alfu* koštali, jer se poduzeće našlo u nepovratno zatvorenom krugu s bankama na jednoj i državom na drugoj strani. O tome: BIGAZZI 1988.

<sup>102</sup> DUNNAGE 2002, 41.

<sup>103</sup> Točnije, Romeo je kupio *Costruzioni Meccaniche di Saronno* (lokomotive), *Officine Ferroviarie Meridionali* iz Napulja (vagoni) te *Officine Meccaniche di Roma* (vagoni). WALZ, 1998, 9-12 i BIGAZZI 1988, 15-23.

<sup>104</sup> AMATORI 1997a, 111.

<sup>105</sup> FORSYTH 2002, 193; AMATORI 1997a, 111-112.

<sup>106</sup> AMATORI 1997a, 112.

teško od profita ili zarade mogu financirati investicije u infrastrukturu i tehničke inovacije.<sup>107</sup> Oni su gotovo u potpunosti prepušteni vlasnicima, koji imaju privatno naslijeđeno bogatstvo i dokazuju vlastiti poduzetnički duh, te sreći koju su imali s pojedinim bankama. O tome se polemizira i u javnosti, pogotovo nakon izjava prijelaznog upravitelja Pasqualea Galla koji je rekao da se u Italiji od automobilske industrije ne može očekivati ništa više negoli razina *organiziranog obrta* kakva je u Švicarskoj.<sup>108</sup> Gallo<sup>109</sup> je time podcrtao strategiju svoje kompanije koja se protivila masovnoj proizvodnji i pokušala ponuditi kvalitetno izrađeni klasični proizvod. Takva strategija pokazala se promašenom; ona je držala neko vrijeme Alfu na „životu“ i izbjegavala izravne tržišne konfrontacije s Fiatom, ali odupiranje „amerikanizaciji“ odnosno masovnoj proizvodnji u dalekosežnom se pogledu nije isplatilo. Tvrtku su, međutim, i nakon povlačenja Romea stalno spašavali državni interesi te kasnije snalažljiva uprava predvođena bivšim „agnellijevcem“ Ugom Gobbatom, iskusnim direktorom koji je uveo taylorizam u talijansku industriju.<sup>110</sup>

Manji broj radnika, s obzirom na Fiat, u Alfi je omogućio drugačiji pristup poslu. Prisniji odnosi uprave i radnika u tvornicama zaslužni su za stvaranje slike o Alfi kao tvrtci *lojalnih, vještih i susretljivih radnika*.<sup>111</sup> Radnici u tvornicama Milana, a posebice Alfe, spadali su među najbolje plaćene radnike u Italiji uopće, a bili su i prvi koji su si mogli dopustiti štrajkove ili zahtjeve za povišicama.<sup>112</sup> Koliko je u filozofiji i strategiji uprave imao utjecaja milanski krug futurista, izrazito zainteresiran za automobil, pogotovo kad se radilo o utrkama (dakle, područje u kojem je Alfa Romeo stekla najveću slavu), treba tek ispitati. Interesantan je rezultat istraživanja Duccija Bigazzija koji je ustanovio da patriotske parole tijekom i nakon Prvog svjetskog rata, čak i utjecajnih pjesnika poput D'Annunzija, nisu urodile plodom u tvornicama Alfe.<sup>113</sup>

Talijanski trokut industrijskih gradova – Torino, Genova i Milano – bilježe znatan uzlet. Gospodarski prirast u poslijeratnom razdoblju naročito ostvaruje Milano, što se vidi i iz demografskih podataka: između 1901. i 1921. stanovništvo je poraslo s 579.000 na 836.000.<sup>114</sup> Nakon ostvarenih profita, 1918. godine Alfa

<sup>107</sup> FEDERICO i TONINELLI 2006, 218.

<sup>108</sup> BIGAZZI 2000a, 115.

<sup>109</sup> Gallo je kao nasljednik Romea od početka zauzeo otvoreniji stav prema politici, podržavajući republikanizam Mazzinija. Taj ga je stav koštao pa je nakon uhićenja i suđenja morao otići u Brazil kao industrijski zastupnik Italije. Međutim, nakon 1945. vraća se na čelo Alfe Romeo.

<sup>110</sup> BIGAZZI 1988, 9; AMATORI 1997b, 251.

<sup>111</sup> Dakako, i u Milanu su se redovno organizirali radnički prosvjedi i štrajkovi. Tako je na jesen 1920. mobilizirano oko 600.000 radnika u velikom općem štrajku u kojem je zauzeta i tvornica Alfe. KING 1985, 57 i GARNER 1999, 53.

<sup>112</sup> ZAMAGNI 1998, 99.

<sup>113</sup> BIGAZZI 1988, passim.

<sup>114</sup> DUNNAGE 2002, 41. O demografskom razvoju Torina i Milana poslije Drugog svjetskog rata vidi: GABERT, 1964.

Romeo je na računu raspolagala kapitalom od 50 milijuna lira, početkom 1920-ih nije više bilo teško vratiti se počecima – utrkama.<sup>115</sup> Efektan i sportski dizajn te istovremena kvalitetna izrada postali su njeno glavno obilježje. Nova marka trebala je i novi znak: natpis „ALFA“ zamijenio je crveni križ na bijeloj podlozi, prisutan u talijanskoj umjetnosti i heraldici od 1045. godine,<sup>116</sup> te zmija (*bissa*, *biscione*), historijski povezana s milanskim obiteljima Visconti i Sforza. Ranije verzije znaka sadržavale su i savojski čvor (*fascio*) te lovorov vijenac u znak osvajanja svjetskog prvenstva 1925. godine.<sup>117</sup> Prvi proslavljeni vozač utrka za Alfu bio je Giuseppe Campari. Slijedili su mnogi drugi, od kojih dva najistaknutija u tom desetljeću, sudbonosno isprva usmjereni prema rivalu – Torinu. Prvi, Vittorio Jano (rođ. Viktor János) radio je dvanaest godina za Fiat prije negoli ga je 1923. godine preotela ekipa Alfe. Zamijenio je uskoro potom konzervativnijeg tehničkog direktora Giuseppea Merosija poznatog kao *Geometra Merosi*, koji se u ranim počecima A.L.F.E. proslavio konstrukcijom modela prilagođenih za utrke, kao što je model 24 HP.<sup>118</sup> Kao dizajner i konstruktor Jano se iskazao Alfinim modelom P2. Krasila ga je izuzetna „arhitektoničnost“ i poseban dizajn,<sup>119</sup> ali i vrlo kvalitetna konstrukcija koja je omogućila Antoniju Ascariju i Gastoneu Brilli-Periju osvajanje svjetskog naslova te europskog i talijanskog *Grand Prix*. Drugi gubitak Fiata bio je još veći: mladi Enzo Ferrari, potpuno uništen nakon rata u kojem je ostao bez oca i obiteljskog poduzeća, tražio je u Torinu spas. Agnelli ga je odbio, a Ferrari je napravio karijeru kod Alfe Romeo. Priča je desetljećima ostavljala prostora za špekulacije; pitanjem zbog čega je Agnelli rekao „ne.“ Je li najveći motiv Ferrarija bila osveta (*vendetta*), i slična pitanja nisu dobila odgovor ni objavom Ferrarijevih memoara 1964. godine.<sup>120</sup> No, bilo kako bilo, činjenicom ostaje da je Ferrari rad u Alfi iskoristio kao odskočnu dasku, pomoću koje je 1929. godine pokrenuo sada već legendarnu *Scuderia Ferrari*.<sup>121</sup>

<sup>115</sup> BIGAZZI 1988, 27-45.

<sup>116</sup> Naime, prema legendi, dugogodišnji sukob lombardijske aristokracije sa seljaštvom i građanstvom završen je te godine mirom, čiji je znak postala kombinacija crvene kao boje seljaštva i građanstva, te bijele kao boje aristokracije.

<sup>117</sup> WALZ 1998, 35.

<sup>118</sup> BORGESON 1990, 12; BIGAZZI 1988, 75-81, 596.

<sup>119</sup> BORGESON 1990, 73.

<sup>120</sup> Noviji film Carla Carleia iz 2003. o životu Enza Ferrarija prikazao je susret Agnelli-Ferrari kao vrlo formalan sastanak, a odbijanje Ferrarija objašnjeno je „teškom situacijom u tvrtki (Fiatu)“ i nepostojanjem odgovarajuće sekcije za proizvodnju trkaćih auta.

<sup>121</sup> HAMILTON i NICHOLSON 2006, 12-13.



**Tablica 4:** *rast broja stanovnika Milana (prema ISTAT 2001)*

Godina	Broj stanovnika
1881	354,041
1901	538,478
1911	701,401
1921	836,000
1931	960,660

### *Počeci automobilizma u Italiji*

Sport je u Italiji na početku 20. stoljeća slabo prihvaćen u odnosu na druge zemlje, kao primjerice u Velikoj Britaniji. Vjerojatno je uzrok tome bilo dugo radno vrijeme pa radnici jednostavno nisu imali dovoljno vremena za praćenje ili bavljenje sportskim aktivnostima. Ipak su se neki sportovi dobro afirmirali, pogotovo nogomet,<sup>122</sup> biciklizam i automobilske utrke.<sup>123</sup> Auto-utrke su imale od svojih početaka sve važniju ulogu. One su začarale obične ljude, ispunile im duh iščekivanjem i uzbuđenjem, makar je pojava automobila čitave međuratne epohe više predstavljala „fenomen mobilnosti“ u praktičnom smislu. Međutim, rijetko koja pojava 20. stoljeća toliko jasno izražava duh tog vremena (*Zeitgeist*) kao što su to auto-utrke.<sup>124</sup> Nakon Brooklandsa (Velika Britanija), Indianapolisa (SAD), Le Mansa (Francuska) i Avusa (Njemačka), otvorena je 1922. godine i pista u Monzi.<sup>125</sup> Šest godina kasnije otvorena je u Brescii najduža staza u to doba, poznata pod nazivom *Mille Miglia*.<sup>126</sup> Međutim, prva staza u Italiji bila je sicilijanska *Targa Florio*, nazvana po njenom pioniru, industrijalcu Vincenzu Floriju. U 1920-im godinama, kada su se grand prix utrke vozile izolirano, a ne unutar organiziranog i povezanog natjecanja kao danas u Formuli 1, Targa je bila poprište talijansko-njemačkih rivalstava.<sup>127</sup> Alfa Romeo je nakon kraće serije razočaravajućih modela upravo na utrci *Targa Florio* 1923. godine predstavila model RL s četiri cilindra i drugim osvojenim mjestom najavila povratak na vrh.<sup>128</sup>

<sup>122</sup> Dobra povijest talijanskog nogometa je primjerice: FOOT 2007.

<sup>123</sup> DUNNAGE 2002, 27.

<sup>124</sup> SACHS 1992, 118.

<sup>125</sup> Staza koja ide u krug duga je 5,75 km. Kružne staze od samog početka bile su poželjne iz ekonomskih i tehničkih razloga.

<sup>126</sup> *Chronik des Automobils* 1994, 80-81.

<sup>127</sup> Christian Werner i Rudolf Caracciola bili su najpopularniji njemački vozači i uz Britanca Cyrila Snipea dotad jedini netalijanski vozači koji su pobijedili na tom sicilijanskom *Grand prixu*.

<sup>128</sup> *Chronik des Automobils* 1994, 87.

**Tablica 5:** neki pobjednički automobili na utrka u Italiji

Godina	Automobil	Vozač(i)	Utrka
1921	Fiat 451	Giulio Masetti	<i>Targa Florio</i>
1923/1924	Alfa Romeo RL	Enzo Ferrari i Ugo Sivocci	<i>Coppa Acerbo</i> i <i>Targa Florio</i>
1928	Alfa Romeo 6C 1500 Sport Spider Zagato	Giuseppe Campari	Mille Miglia
1929/1930	Alfa Romeo 6C 1750 GS i SS	Giuseppe Campari i Tiziano Nuvolari	<i>Mille Miglia</i>

Automobilizam je u Italiju stigao početkom 20. stoljeća iz Velike Britanije, kao i većina ostalih sportova koji su postajali sve popularniji u Europi. Prve su utrke bile slabo organizirane i izrazito hazardske pa su uskoro napuštene. Po svršetku Prvog svjetskog rata, uz veliki napredak tehnike, postupno se vraćao interes za automobilizam, poglavito kod mlade generacije iz socijalne elite, dječaka čiji su očevi bili vlasnici velikih tvrtki ili bogatih imutaka i koji su u utrka vidjeli mogućnost da se dokažu i istaknu. Neki od njih samo su nastavili smjer svojih očeva ili rođaka, koji su kao pioniri automobilizma priredili teren (npr. Tazio Nuvolari).<sup>129</sup> Luigi Amedeo, talijanski pustolov i vojvoda od Abruzzija, utrkivao se u Fiatovim automobilima početkom stoljeća i među publikom izazivao oduševljenje.<sup>130</sup> Mlado plemstvo pronašlo je tako medij kojim su se mogli diferencirati od svojih aristokratskih i konzervativnih roditelja te stvoriti kontakt sa sve širim građanstvom. S druge strane, u auto-utrke su se uključivali i mladi talentirani ljudi siromašnijeg podrijetla ili osiromašeni u ratu. Često se radilo o mladićima spremnima riskirati svoj život za trenutak slave ili zaradu pošto su prije toga gurnuti pred rub egzistencije, bez imutka, obitelji, sigurnog posla ili perspektive. Jednako kao talijanski futuristi i drugi umjetnici, ti su ljudi pronalazili „nove motive,“ otkrivali i njegovali vrlo specifičan pogled na svijet, koji im je davao lažnu sigurnost i oduzimao strah. Istovremeno, za proizvođače kao što su bili Alfa Romeo i kasnije Ferrari, utrke su otvorile novo tržište, tj. prostor na kojemu su se mogli dokazati kao jednako kvalitetni ili kvalitetniji u usporedbi s Fiatom. Tako je 1907. godina, kojom je u industriji i proizvodnji započela kriza, talijanskom automobilizmu donijela dotad nedostižne uspjehe: Felice Nazzaro u Fiatu je pobijedio na utrka u Francuskoj (*Grand prix Automobile Club de France*), Njemačkoj (*Kaiserpreis*) i Italiji (*Targa Florio*), a *Itala* je pobijedila na „maratonu izdržljivosti“ od Pariza do Pekinga. Filippo Tommaso Marinetti odmah piše:

<sup>129</sup> PRITCHARD 1998, 56-65.

<sup>130</sup> CLARK 2008, 151.

Vatreni bože čelične utrke,  
 Automobil pijan od prostranstava  
 Koji kaska tjeskobno, preplašeno cvileći.<sup>131</sup>

Futuristi su automobilske utrke dočekali s oduševljenjem. Njih je, kao promatrače, pogotovo fascinirala smrt. Smrt vozača, žrtve u publici, eksplozije, sudari, strah. Njima je to *divan način bez ikakvih reperkusija dignuti u zrak Austrijance ili Turke*.<sup>132</sup> Marinetti i futuristi automobil su prihvatili prije svega zbog njegove brzine i snage, a tek onda zbog dizajna. Dizajn isprva propuštaju i arhitekti. Le Corbusier u mašini vidi gotovo evolucijski pravac, ali ipak uočava taylorizam i fordizam, ulogu industrije koju vješto prenosi na teorije arhitekture i prostora. Njegovo promatranje mašine i čovjeka koji stoje u tvornici usko povezani, omogućilo mu je da uoči kako već sredinom 1920-ih godina nestaje „duh radionice“ kojega sada mijenja „kolektivni duh.“<sup>133</sup> Takvo shvaćanje automobila među umjetnicima i misliocima približilo je kulturnoj javnosti vozilo kao humani fenomen, kao dio svakodnevice te ujedno populariziralo automobilske utrke, dajući još veći značaj herojskim pobjedama o kojima pjevaju i najglasovitiji pjesnici. Koncept kakav Le Corbusier u potpunosti shvaća vrlo rano, dakle, da arhitektura ne postoji samo kao izolirana umjetnost, već je povezuje, pa čak i uvjetuje međudnosom fenomena mašine i čovjeka, ustvari ima izuzetan historiografski značaj, jer njegove teorije indirektno otvaraju pitanja i probleme na područjima koja će tek mnogo kasnije povjesničari sustavnije obrađivati. Taylorizam je za intelektualce u Italiji, baš kao i u Francuskoj, predstavljao lom s predratnim društvom i početak novog doba,<sup>134</sup> a stav koji se među njima stvarao prema toj američkoj novini uvelike se odražava na njihovo stvaralaštvo i tako postaje skriveni, ali relevantni motiv.

### Zaključak

Talijanska automobilska industrija u prva tri desetljeća prošlog stoljeća prati državno gospodarstvo u usponima i krizama. Ona brzinski prolazi fazu afirmacije, a među prvima u Europi ostvaruje modernizaciju proizvodnje, prvenstveno u Torinu. Poticaj na ekspanziju koji se pojavio u brojnim talijanskim poduzećima, kako onima koja su proizvodila automobile, tako i u onima koja su se razvijala paralelno uz velike tvornice (proizvođači gume, rezervne dijelove, čelik, itd.), mnoge je prevario i odveo u propast. Svjetski i europski sukobi i brojne međunarodne krize izravno su utjecale na gospodarstvo svih sila i gotovo preko noći

<sup>131</sup> Objavljeno u *La ville charnelle* (Pariz: Sansot, 1908); prijevod V. Š.

<sup>132</sup> BENTON 1990, 19-22.

<sup>133</sup> LE CORBUSIER 1926, 241-242.

<sup>134</sup> McLEOD 1983, 132-133.

stvorile golemo tržište oružja, streljiva i vojne opreme. Jednako tako brzo po svršetku Prvog svjetskog rata mnoga poduzeća nastala na temeljima tog tržišta, doživljavaju svoj kraj i propadaju.

Talijanska struktura poduzeća, koja su bila pod snažnom upravom moćnih obitelji, i njihov sustav funkcioniranja zahtijevali su usku vezu s državnom politikom. Interni rast omogućen stjecanjem novih tvornica, dodatnih radionica ili manjih proizvođača zato je često bio ograničen. Štoviše, glavni motiv poduzeća bio je, kada su ubilježila uzlet, što prije ostvariti takvu ekspanziju kako bi se našla u boljoj poziciji naspram državi. Dakle, radilo se o političkoj strategiji, a ne gospodarskoj.<sup>135</sup> Italija se u ranim auto-industrijskim danima na početku 20. stoljeća nalazi u razdoblju potpunog ekonomskog nacionalizma.<sup>136</sup> U razdoblju kada *Velika gospodarska kriza* još nije u potpunosti zahvatila industriju, zahvaljujući nesposobnim i promašenim politikama (pogotovo rimskih) banaka, država po prvi put u svoje ruke dobiva dijelove ili čitava industrijska postrojenja. Očekivalo se da takva preuzimanja budu kratkotrajna, no ona će u nekoliko slučajeva potrajati godinama i izuzetno utjecati na stanje talijanskog tržišta. Još će mnogo trebati dok se stvari ne okrenu i dok, prema riječima Marca Revellija, kapital ne bude bio gospodar nad nacijom i određivao njenu sudbinu.<sup>137</sup>

Torinska automobilska industrija ili, jednom riječi, Fiat, u razdoblju između 1906. i 1936. godine odličan je primjer kako dobro isplanirana i jasna proizvodna strategija uz vodstvo ljudi poput Giovannija Agnellija i Vittorija Valletta sudbosno usmjeruje i druge, isprva nepovezane djelatnosti. Nedvojbeno, ključna je podrška vladajućih krugova u Italiji koji su upravo u ovom razdoblju omogućili stvaranje industrijskog fenomena kao što je Fiat. Niti jedna automobilska kompanija nije ostvarila toliko dominantan status na domaćem tržištu kako je to uspjelo Fiatu, koji je čak iz konkurencije izbacio sve ozbiljne suparnike. Taj odnos države i kompanije donekle je usporediv s odnosom pruske vlasti i firmom *Krupp* prije Prvog svjetskog rata, ali je čak i ta dominacija bila kratkotrajnija i manje izražena. Dok su druge velike firme svoj uspjeh temeljile samo na prodaji oružja, što se već pred kraj Prvog svjetskog rata pokazivalo kao pogreškom, Fiat sklapa važne poslove i ulaže u mrežu podružnica koje su ostvarile brzu afirmaciju na tržištu automobila. Upravo zato na razvoj Torina od vremena nakon Velikog rata najviše utječe poslovna politika *Fiata*. Demografski rast, radna politika i tehnološki razvoj iziskuju novo shvaćanje „prostora,“ što se jasno manifestira na primjerima arhitekture i naročito urbanizma. Urbanisti-inženjeri dobili su zadatak odrediti poziciju prvih industrijsko-razvojnih zona. Oni su predviđali komunikacijske zone i često su određivali gradnju autocesta i staza za automobilske utrke.

<sup>135</sup> AMATORI 1997a, 116.

<sup>136</sup> GORZ 1999, 14.

<sup>137</sup> REVELLI 1995, 211.

Historiografija ovaj period razvoja još nije pokrila u jednom sveobuhvatnom radu u kojemu bi su objedinili glavni aspekti zbivanja vezani uz područje auto-industrije i automobilizma. Problematika se samo na prvi pogled nalazi na razmeđu klasične gospodarske, korporativne i (popularno-) kulturne povijesti, međutim, danas je gotovo nemoguće, a nadasve bespotrebno pristupati temi imajući na umu samo kanon tih grana povijesti. Bez uključivanja relevantnih djela i rezultata industrijske arheologije (npr. Bruna Biamino i Roberta Gabetti), socijalne povijesti (Marco Revelli), povijesti moderne arhitekture (Bruno Zevi, Angelo Castrovilli, Alberto Abriani) i urbanizma s posebnim osvrtom na odnos prostor-čovjek (Manuela Berto), nije moguće doprijeti do dalekosežnih procesa koji su se odvijali ispod površine niti na znanstvenoj razini dati odgovore o uspjehu automobilske industrije 1920-ih godina. No, i to može (i mora) biti nedostatnim ako se u historiografiji ne uključi kombinacija klasičnih biografija popularnih, ali i manje poznatih osoba iz svijeta automobilizma i poduzetničke povijesti (to su u neku mjeru među prvima demonstrirali Valerio Castronovo i Duccio Bigazzi). Važnost biografija usmjerenih na bogate familije i industrijalce na području Italije tim više je nužna, kada znamo da od sto vodećih poduzeća talijanske industrije, više od 50% je pod kontrolom moćnih obitelji.<sup>138</sup>

Međutim, ako problemu pristupimo na drugačiji način, ako se napravi odmak od arhivske građe i podataka poduzeća koje će svaki ozbiljni povjesničar smatrati primarnim i usmjerimo se na propagandu poduzeća – dakle oglase, reklame, brošure, kasnije knjižice o povijesti pojedinih firma, čak i oglase o prodaji rabljenih automobila, mogla bi se postići gotovo povijesno-sociološka studija u utjecaju auto-industrije na građane, grad i okoliš. Takav bi oblik istraživanja vjerojatno pogodovao lokalnoj povijesti, mikrohistoriji, što u talijanskoj historiografiji ionako nije nepoznanica, a pogotovo nakon 1945. moguće je doći i do takvih podataka i materijala.<sup>139</sup> Jedna od ishodišnih točaka takvog istraživanja mogao bi biti časopis *Domus*, u osnovi posvećen arhitekturi i dizajnu, ali u kojemu se također pojavljuju pomno izabrane promidžbe auto-modela, marki, a po potrebi i članci. Iako je period poslije Drugog svjetskog rata doista dobro obrađen u literaturi, također još uvijek nedostaju analize nekih detalja iz povijesti talijanske auto-industrije. Kontroverze, poput prodaje 1986. godine kompanije Alfa Romeo, čiji je vlasnik bila država, grupaciji „obiteljskog“ Fiata još treba objasniti.<sup>140</sup>

Fiatovi su arhivi relativno dobro organizirani i dostupni, no prava poduzetnička povijest pogotovo rane faze kompanije uz neke izuzetke poput Franca Amatorija, učenika velikog Alfreda D. Chandlera, još nije napisana. Uvjeta za to je sve više

<sup>138</sup> Amatori i Bigatti 2003, 227. O tome ipak više u: Pavan 1973.

<sup>139</sup> Na pragu toga su radovi Paridea Rugafiorija i njegovih studenata o odnosu grada i automobila.

<sup>140</sup> O tome je ponešto napisao Paul Furlong u sažetoj analizi „Modern Italy,“ no to zasada ne može biti dostatno.

otkada se talijanska gospodarska povijest otvorila prema američkim utjecajima, pogotovo Sveučilište u Milanu i otkako velika poduzeća kao što je Fiat svoje arhive drže otvorene i potiču znanstvena istraživanja u njima.<sup>141</sup> Kada se ti izvori valoriziraju moći će se preko dotada nerazjašnjenih podataka koncipirati temeljita studija brojnih drugih područja – moći će se uspostaviti i relacija poduzetničke povijesti i kulture poduzetništva, koja je uže vezana uz kulturnu povijest pojedinih zemalja. Također, brojni bitni faktori ranog poduzetništva često su nerazdvojivi s geografskom determinacijom prostora o kojoj je dosada malo govora kada je u pitanju povijest talijanske automobilske industrije.<sup>142</sup>

Ovaj rad predstavlja osnovni pregled zbivanja na području automobilske industrije u Italiji početkom 20. stoljeća. Tu su naznačeni najvažniji odnosi i utjecaji pojedinih faktora na razvoj automobila u tom razdoblju, koje je potrebno dalje proučavati i istraživati. Nužno je integrirati u takvu povijesnu analizu i epizode radničkih pobuna koje je nametala ipak pristrana komunistička literatura u Italiji, utemeljiti odnose kulturnih pokreta, radničkih skupina okupljenih u sindikate i stranke te kapitalista-industrijalaca, higijenske uvjete u pojedinim tvornicama i njihovu regulaciju tokom vremena. Zato – *Vado a lavorare!*

### Bibliografija

#### Izvori

*Sommario di statistiche storiche Italiane, 1861-1955* (1958), Istituto Centrale di Statistica. Roma: L'Instituto.

#### Literatura

ABRIANI, Alberto (1976), Lingotto, *Lotus International* 12, 43-54.

AMATORI, Franco; Colli Andrea (1999), *Impresa e industria in Italia: dall'Unità a oggi*. Venezia: Marsilio.

AMATORI, Franco (1997), Growth via politics: Business groups Italian Style, u: *Beyond the firm: business groups in international and historical perspective*, ur. Masahiro Shimotani. Oxford University Press, 109-135.

AMATORI, Franco (2001a), *A Firm's Success and Organizational Capabilities in a Long-Term Perspective: Fiat between the Twenties and Fifties*. Milan: Bacconi University.

<sup>141</sup> Naravno, bilo bi pretjerano reći da je situacija idilična – dokumenti mnogih poduzeća nepovratno su uništeni iz ovih ili onih razloga. Također, danas podatke za neke periode djelovanja ili poslovanja daju samo komemorativna ili apolozijska djela koja valja čitati s izrazitom pažnjom i rezervom.

<sup>142</sup> Russell King pokazao je svojom knjigom o geografiji talijanske industrije koliko je važno spojiti industrijske podatke s kulturnom povijesti gradova i pokrajinama moderne Italije. Posebice je to važno za period 1890-1929, kojeg Kingova knjiga samo površno dodiruje. Vidi: King 1985.

- AMATORI, Franco (2001b), A Firm's Success and Organizational Capabilities in a Long-Term Perspective: Fiat between the Twenties and the Fifties, *EBHA Conference 2001: Business and Knowledge C4: Organisational Capabilities*, 1-16.
- AMATORI, Franco (2004), Rise and decline of an Italian automobile company. Lancia, 1906-1969, u: *Patrons, gens d'affaires et banquiers. Hommages a Ginette Kurgan-van Hentenryk*, ur. Serge Jaumain i Kenneth Bertrams. Bruxelles: Le Livre Timperman, 227-238.
- AMATORI, Franco i Giorgio Bigatti (2003), Business History in Italy at the Turn of the Century, u: *Business History around the World*, ur. Franco Amatori i Geoffrey J. Jones. Cambridge: Cambridge Univeristy Press, 215-231.
- AMATORI, Franco, Alfred D. Chandler i Takashi Hikino (1997), Historical and comparative contours of big business, u: *Big Business and the Wealth of Nations*, ur. Franco Amatori, Alfred D. Chandler i Takashi Hikino. Cambridge: Cambridge University Press, 3-24.
- AQUARONE, Alberto (1969), Italy: The Crisis of Corporative Economy. *Journal of Contemporary History* 4/4, 37-58.
- AVANTARIO, Vito (2002), *Die Agnellis: die heimlichen Herrscher Italiens*. Frankfurt/Main: Campus.
- BATCHELOR, Ray (1994), *Henry Ford, Mass production, Modernism and Design*. Manchester University Press.
- BENTON, Tim (1990), Dreams of Machines: Futurism and l'Esprit Nouveau, u: *Journal of Design History* 3/1, 19-34.
- BIGAZZI, Duccio (1988), *Il Portello: Operai, Tecnici e Imprenditori All'Alfa-Romeo 1906-1926*. Milano: Angeli.
- BIGAZZI, Duccio (2000a), *La grande fabbrica: organizzazione industriale e modello americano alla Fiat dal Lingotto a Mirafiori*. Milano: Feltrinelli.
- BIGAZZI, Duccio (2000b), Mass Production or "Organized Craftmanship?" The Post-War Italian Automobile Industry, u: *Americanization and it's limits: reworking US technology and management in post-war Europe and Japan*, ur. Jonathan Zeitlin i Gary Herrigel. Oxford University Press, 269-298.
- BORGESON, Griffith (1990), *The Alfa Romeo Tradition*. Kutztown: Automobile Quarterly.
- CANESTRINI, Giovanni (1968), Storia dell'industria automobilistica in Italia, u: *L'automobilismoitaliano, Annuario generale*, ur. Ferruccio Bernabò i Luigi Giovanetti. Torino: AEDA, 22-25.
- CASTRONOVO, Valerio (1971), *Giovanni Agnelli*. Torino: Unione tipografico-editrice torinese.
- CASTRONOVO, Valerio (1976), Le relazioni tra la Fiat e il governo francese durante la guerra, u: *La France et l'Italie pendant la première gurre mondiale*, ur. Pierre Guillen. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 335-348.
- Die Chronik des Automobils* (1994), izd. Hans-Otto Neubauer. Gütersloh/München: Chronik Verlag.
- CLARK, Martin (2008), *Modern Italy, 1871 to the Present*. 3rd Illustrated Edition. London: Pearson Education.

- COHEN, John i Federico Giovanni (2001), *The Growth of Italian Economy, 1820-1960*. Cambridge: Cambridge University Press.
- COLLI, Andrea (2003), *The History of Family Business, 1850-2000*. Cambridge University Press.
- COLLI, Andrea (2009), Investing in a developing economy: US and European direct investments in Italy (1915-1970). Early findings and some conjectures, u: *American Firms in Europe, 1890-1980: Strategy, Identity, Perception and Performance*, ur. Ferry de Goey, Hubert Bonin. Genève: Librairie Droz, 129-149.
- CONFALONIERI, A. (1994), *Banche miste e grande industria in Italia, 1914-1933*. Milano: Banca commerciale italiana.
- DESSÌ, Felice (1961), *Storia Illustrata dell'Auto Italiana*, vol. I. Milano: Giunior di Piero De Martino e C.
- DUNNAGE, Jonathan (2002), *Twentieth Century Italy: A Social History*. London: Pearson Education Limited.
- Fabbrica italiana automobili Torino, *I cinquant'anni della Fiat, 1899-1949* (1950), Verona: Mondadori.
- FEDERICO, Giovanni, P. A. Toninelli (2006), Business strategies from Unification up to the 1970s, u: *Evolution of Italian Enterprises in the 20th Century*, ur. Renato Giannetti i Michelangelo Vasta. Heidelberg-New York: Springer, 191-239.
- FELICOLI, Riccardo (1996), *Lancia: l'armonia e l'invenzione: protagonisti, prodotti e vicende di un'impresa italiana*. Torino: Museo dell'automobile.
- FLINK, James J. (1998), *The Automobile Age*. London-Cambridge: MIT Press.
- FOOT, John (2001), *Milan Since the Miracle: City, Culture and Identity*. Berg Publishers.
- FOOT, John (2007), *Calcio: A History of Italian Football*. London: Harper Perennial.
- FORSYTH, Douglas J. (2002), The rise and fall of German-inspired mixed banking in Italy, 1894-1936, u: *The Role of Banks in the Interwar Economy*, ur. Alice Teichova (et. al.). Cambridge University Press, 179-206.
- GABERT, Pierre (1964), *Turin: ville industrielle: étude de géographie économique et humain*. Paris: Presse universitaires de France.
- GALLI, Giancarlo (1997), *Gli Agnelli: una dinastia, un impero : 1899-1998*. Milano: Mondadori, 1997.
- GARCIA ALVAREZ, Gonzalo (1984), *Alfa Romeo. Auto Histoire*. Paris: Éditions Presse Audiovisuel.
- GARNER, Stanton B. (1999), *Trevor Griffiths: Politics, Drama, History*. UMP.
- GIANNETTI, Renato i Michelangelo Vasta (2006), *Evolution of Italian enterprises in the 20<sup>th</sup> century*. Springer.
- GILBERT, Mark F. i Robert K. Nilsson (2007), *Historical Dictionary of Modern Italy*. Second Edition. Lanham – Toronto – Plymouth: The Scarecrow Press.
- GODLEY-OLIVER, Andrew i Oliver M. Westall (1996), *Business history and business culture*. Manchester University Press ND.
- GORZ, André (1999), *Reclaiming Work: Beyond the Wage-based Society*. Wiley-Blackwell.



- GRAMSCI, Antonio (1994), *The New Order*, u: *Antonio Gramsci: pre-prison writings*, ur. Richard Paul Bellamy. Cambridge University Press, 87-186.
- HAMILTON, Maurice i Jon Nicholson (2006), *Inside Ferrari*. London: Octopus Publishing Group.
- HOUNSHELL, David A. (1984), *From the American System to Mass Production, 1800-1932: The Development of Manufacturing Technology in the United States*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- HUGHES, Thomas P. (2004), *American Genesis: A Century of Invention and Technological Enthusiasm 1870-1970*. Chicago: The University of Chicago Press.
- IRACE, Fluvio (1984), *Lingotto versus Architects*, *Domus* 651, 25.
- KINDLEBERGER, Charles P. (1986), *The World in Depression 1929-1939* [Revised and Enlarged Edition]. Berkeley: University of California Press.
- KING, Russell (1985), *The Industrial Geography of Italy*. London: Taylor & Francis.
- KIRK, Terry (2005), *The Architecture of Modern Italy vol.2, Visions of Utopia: 1900-present*. New York: Princeton Architectural Press.
- LE CORBUSIER (1926), *Kommende Baukunst*. Stuttgart: Deutsche Verlags Anhatl.
- LOCKE, Richard M. (1992), *The Demise of National Union in Italy: Lessons for Comparative Industrial Relations Theory*, *Industrial and Labor Relations Review*, 45/2, 229-249.
- MAIER, Charles S. (1988), *In Search of Stability: Explorations in Historical Political Economy*. Cambridge University Press.
- MARTIN, James (2002), *Antonio Gramsci*. Taylor & Francis.
- MASSEY, Doreen B. (1995), *Spatial Divisions of Labor: Social Structures and the Geography of Production*. Routledge.
- MCLEOD, Mary (1983), "Architecture or Revolution": Taylorism, Technocracy, and Social Change, *Art Journal (Revising Modernist History: The Architecture of the 1920s and 1930s)* 43/2, 132-147.
- MOUTET, Aimée (1987), *Une rationalisation du travail dans l'industrie française des années trente*, *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, 42/5, 1061-1078.
- MUSSO, Stefano (1990), *Political Tension and Labor Union Struggle: Working Class Conflicts in Turin during and after the First World War*, u: *Strikes, Social Conflict, and the First World War: An International Perspective*, ur. Leopold H. Haimson i Giulio Sapelli. Feltrinelli Editore, 1990, 213-247.
- MUSSO, Stefano (1995), *Production Methods and Industrial Relations at Fiat (1930-90)*, u: *Fordism Transformed: The Development of Production Methods in the Automobile Industry*, ur. Haruhito Shiomi i Kazuo Wada. Oxford University Press, 243-269.
- PAVAN, Robert J. (1973), *Strutture e strategie delle imprese italiane*. Bologna: Il Mulino.
- POZZETTO, Marco (1975), *La Fiat Lingotto. Un'architettura torinese d'avanguardia*. Torino: Cantro studi piemontesi.
- POZZETTO, Marco (1976), *La Fiat-Lingotto a Torino*, *L'architettura* 1/22, 46-54.
- PRITCHARD, Anthony (1998), *A Century of Grand Prix Motor Racing*. London: Motor Racing Publications.

- PROCCACI, Giuliano (1996), *Povijest Talijana*. Zagreb: Barbat.
- REVELLI, Marco (1982), Defeat at Fiat, *Capital and Class* 16, 95-110.
- REVELLI, Marco (1989), *Lavorare in Fiat. Da Valletta ad Agnelli a Romiti. Operaisindacati robot*. Milano: Garzanti.
- REVELLI, Marco (1995), Economia e modello sociale nel passaggio tra fordismo e toyotismo, u: *Appuntamenti di fine secolo*, ur. Pietro Ingrao i Rossana Rossanda. Roma: Manifestolibri, 161-225.
- SACHS, Wolfgang (1992), *For Love of the Automobile: Looking Back into the History of Our Desires*. Berkeley, Los Angeles & Oxford: University of California Press.
- SARTI, Roland (1968), Fascism and the Industrial Leadership in Italy before the March on Rome, *Industrial and Labor Relations Review* 21/3, 400-417.
- SETON-WATSON, Christopher (1967), *Italy from liberalism to fascism 1870-1925*. Taylor& Francis.
- SNOWDEN, Frank (2004), *The Fascist Revolution in Tuscany, 1919-22*. Cambridge University Press.
- SPARROW, David i Adrienne Kessel (1996), *Alfa Romeo Spider*. Königswinter: Heel Verlag.
- SPODE, Hasso (2004), Fordism, Mass Tourism and the Third Reich, *Journal of Social History* 38, 127-155.
- TONINELLI, Pier Angelo (2001), Business history as a field of research: the european perspective, u: *História de empresas e desenvolvimento econômico: coletânea de textos apresentada na II Conferência Internacional de História de Empresas*, ur. Tamás Szmrecsányi, Ricardo Maranhão. São Paulo: EdUSP.
- VELO, Dario (1983), *La strategia Fiat nel settore siderurgico, 1917-1982*. Torino: Gruppo editoriale Forma.
- VOLPATO, Giuseppe (1997), Produzione e mercato: verso l'automobilismo di massa, u: *Miraflori 1936-1962*, ur. C. Olmo, 123-160.
- WALZ, Jörg (1998), *Volante Special: Alfa Romeo*. Königswinter: Heel Verlag.
- WELLS, Herbert G. (1920), *The War in the Air*. London - Glasgow: Collins' Clear-type Press.
- WELLS, Louis T. Jr. (1974), Automobiles, u: *Big Business and the State: Changing Relations in Western Europe*, ur. Raymond Vernon. Harvard University Press, 229-254.
- ZAMAGNI, Vera (1998), *The Economic History of Italy, 1860-1990*. Oxford University Press.

### *Filmski izvori*

Carlei, Carlo. *Ferrari*. DeAngelis Group; Victory Media Group; Mediatriade; Rizzoli Audiovisivi, 2002/2003.

### *World Wide Web*

[www.immaginidistoria.it](http://www.immaginidistoria.it) (12. 4. 2009).

www.isottafraschini.it (12. 4. 2009).

www.lifeinitaly.com (12. 4. 2009).

www.oica.net/wp-content/uploads/2007/06/oica-depliant-final.pdf (16. 2. 2009).

www.histomobile.com (16. 2. 2009).

### *Popis slikovnog materijala*

**Slika 1.** Industrijsko postrojenje Fiat (Preuzeto iz: *Lotus International* 12 (1976), 42).

**Slika 2.** Plan Fiatove tvornice Lingotto (Preuzeto iz: *Lotus International* 12 (1976), 47).

**Slika 3.** Shema rasporeda sekcija u tvornici Lingotto (Preuzeto iz: *Lotus International* 12 (1976), 49).

**Slike 4. i 5.** Radnici Fiata u novoj tvornici; suradnja stroja i čovjeka (Preuzeto iz: *Lotus International* 12 (1976), 49).

**Slike 6. i 7.** Krov tvornice Lingotto omogućava probne vožnje novo-proizvedenih automobila, a kasnije je korišten i u nekoliko filmskih scena (npr. „The Italian Job“ iz 1969. godine) (Preuzeto iz: *Lotus International* 12 (1976), 47 i 45).

**Slika 8.** Fiat – Lingotto (Preuzeto iz: *Lotus International* 12 (1976), 45).

### *Popis tablica*

**Tablica 1.** Fiatov gospodarski uspon 1921-1926 (Prema: Amatori, Franco (2001), *A Firm's Success and Organizational Capabilities in a Long-Term Perspective: Fiat between the Twenties and Fifties*. Milan: Bacconi University, 2-8).

**Tablica 2.** Dominacija i razvitak automobilskih kompanija u Torinu (Prema: Clark, Martin (2008), *Modern Italy, 1871 to the Present*. 3rd Illustrated Edition. London: Pearson Education, 151).

**Tablica 3.** Izbor važnijih modela iz produkcije Fiata.

**Tablica 4.** Rast broja stanovnika Milana (Prema: Istituto Centrale di Statistica (ISTAT), *Sommario di statistiche storiche italiane 1861-1955* (Rim, 1958), 212).

**Tablica 5.** Neki pobjednički automobili na utrka u Italiji.

## AUTO-ITALIA: Dall sviluppo dell'industria automobilistica torinese durante gli anni 1920

All' inizio del Novecento comincia lo sviluppo dell'industria automobilistica italiana che da quel tempo prospera col gran successo. Il principio applicato nel campo agrario – industriale dell' economia italiana viene rintracciato anche nelle nuove società fondate nelle città come Torino e Milano. Cominciamo in questo periodo anche le prime rivalità, specialmente tra la società torinesi e milanesi,

prima di tutto nelle gare automobilistiche e poi anche nella grave lotta per i clienti potenziali. Dopo il primo entusiasmo e lo stimolo illusorio durante la Prima Guerra Mondiale molti produttori spariscono o sono rilevati dalle società più grandi e potenti com'è la FIAT torinese. Le automobili che diventano sempre più popolari sono sempre più presenti anche nell'Italia moderna grazie all'arte futurista, le vedette e le gare sportive. Numerosi produttori cercano in vari modi di affermarsi nel mercato che ai suoi inizi non è ancora né definito né stabile. Nel frattempo si crea un disaccordo sempre più grande che distacca l'amministrazione della società automobilistiche dai loro costruttori, progettisti e automobilisti. Molto progressiva FIAT condotta da Giovanni Agnelli, ha importato un nuovo modo di lavoro il procedimento tayloristico e il modello fordista in Italia, adattando a questo modello anche l'architettura delle sue fabbriche. L'esempio di questa strategia della FIAT è lo stabilimento del Lingotto, il simbolo dell'industria torinese e italiana in genere. In questo modo abili e ricchi imprenditori hanno creato le condizioni per la prosperità e lo sviluppo dell'industria automobilistica italiana che dai suoi inizi è in stretta relazione con la politica statale.

*Ključne riječi:* automobilska industrija, Fiat, Lingotto, Prvi svjetski rat, strategija kompanije, fordizam i taylorizam, automobilske utrke

*Parole chiave:* industria automobilistica, Fiat, Lingotto, Prima guerra mondiale, strategia dell'azienda, fordismo e taylorismo, gare automobilistiche

FILOZOFSKI FAKULTET SVEUČILIŠTA U ZAGREBU

ZAVOD ZA HRVATSKU POVIJEST  
INSTITUTE OF CROATIAN HISTORY  
INSTITUT FÜR KROATISCHE GESCHICHTE

# RADOVI 42

ZAVOD ZA HRVATSKU POVIJEST  
FILOZOFSKOGA FAKULTETA SVEUČILIŠTA U ZAGREBU

The logo for FF press, featuring the letters 'FF' in a stylized font with a horizontal line through them, followed by the word 'press' in a lowercase, sans-serif font.

ZAGREB 2010.

RADOVI ZAVODA ZA HRVATSKU POVIJEST  
FILOZOFSKOGA FAKULTETA SVEUČILIŠTA U ZAGREBU

Knjiga 42

*Izdavač*

Zavod za hrvatsku povijest  
Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu  
FF-press

*Za izdavača*

Damir Boras

*Glavni urednik*

Hrvoje Gračanin

*Uredništvo*

Bruna Kuntić-Makvić (stara povijest)  
Zrinka Nikolić Jakus (srednji vijek)  
Hrvoje Petrić (rani novi vijek)  
Željko Holjevac (moderna povijest)  
Tvrтко Jakovina (suvremena povijest)  
Silvija Pisk (mikrohistorija i zavičajna povijest)

*Izvršna urednica za tuzemnu i inozemnu razmjenu*

Kristina Milković

*Tajnik uredništva*

Dejan Zadro

Adresa uredništva

Zavod za hrvatsku povijest, Filozofski fakultet Zagreb,  
Ivana Lučića 3, HR-10 000, Zagreb  
Tel. ++385 (0)1 6120 150, 6120 158, faks ++385 (0)1 6156 879

Časopis izlazi jedanput godišnje

Ovi su Radovi tiskani uz financijsku potporu  
Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa Republike Hrvatske

*Naslovna stranica*

Iva Mandić

*Grafičko oblikovanje i računalni slog*

Boris Bui

Marko Maraković

Ivanka Cokol

*Lektura*

Julija Barunčić Pletikosić

*Tisak*

Hitra produkcija knjiga d.o.o.

Tiskanje dovršeno u prosincu 2010. godine

*Naklada*

200 primjeraka

*Časopis je dostupan na portalu znanstvenih časopisa Republike Hrvatske  
Hrčku na adresi <http://hrcak.srce.hr/radovi-zhp>*